

## **Contenido**

INTRODUCCIÓN	2
1. Justificación	2
2. Desarrollo de matriz de perfilación de clientes customer development	2
2.1 StakeHolders	2
2.2 Identificación de las Necesidades del StakeHolders	2
2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas	2
2.4 Identificación de las Soluciones Actuales	2
2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones	3
2.6 Mercado	3
3.1 Formato Encuesta	3
3.2 Análisis de la información Resultados.	3
3.3 Pentágono de Perfilación de Clientes	4
4.1 Descripción del Producto o servicio	4
4.2 Ficha técnica del Producto o servicio.	5
5.1 Identidad Estratégica.	6
5.2 Futuro Preferido	6
5.3 Objetivos empresariales	6
5.4 Valores corporativos.	6
6. Analisis del macroentorno	7

## **INTRODUCCIÓN**

El siguiente trabajo tiene como propósito dar a conocer el desarrollo de una idea innovadora que surgió debido a que en la ciudad de Bogotá no existe una discoteca que realice diferentes temáticas en un mismo lugar. Posteriormente se realizó una encuesta para analizar los resultados dados por la población establecida y así mismo hacer mejoras en la idea de negocio.

### **1. JUSTIFICACIÓN**

Este proyecto tiene como base principal desarrollar una idea de negocio innovadora, como lo es aplicar diferentes temáticas en una misma discoteca, donde se llevará a cabo en la ciudad de Bogotá de la localidad de Chapinero.

### **2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT**

#### **2.1 StakeHolders**

La población establecida para el ingreso a DiscoTemática Magic es para cualquier tipo de persona que sea mayor de edad, que esté en condiciones de entrar al establecimiento.

#### **2.2 Identificación de las Necesidades del StakeHolders**

Por lo general cuando las personas ingresan a una discoteca, lo que necesitan es salir un poco de la monotonía que llevan diariamente, algunos de ellos necesitan desahogar sus sentimientos o simplemente necesitan un momento de felicidad y/o distracción.

#### **2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas**

Se pretende beneficiar a los clientes con una buena atención hacia ellos, que se sientan a gusto y que se lleven altas expectativas sobre el establecimiento.

#### **2.4 Identificación de las Soluciones Actuales**

Se desarrollarán diferentes actividades en las distintas temáticas a realizar, para que el cliente pasé una estupenda noche en DiscoTemática Magic.

## **2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones**

Una posible inconformidad sería que el cliente no se sienta cien por ciento satisfecho con el resultado de las distintas temáticas propuestas o por la atención brindada, la falta de recursos sería un tema principal de la frustración.

## **2.6 Mercado**

La segmentación de mercado va dirigida para toda la población de la ciudad de Bogotá, para público mayor de 18 años sea hombre o sea mujer.

### **2.6.1 Identificación de TAM, SAM y SOM**

El mercado total (TAM) será dirigido para toda la ciudad de Bogotá, el mercado al que podemos servir (SAM) es en la zona norte de Bogotá y el mercado al que podemos obtener (SOM) es en la localidad de Chapinero, donde frecuenta más la población requerida.

## **3. VALIDACIÓN DEL MERCADO**

### **3.1 Formato de encuesta**

¿Frecuentemente va a discotecas?

¿Entraría a una discoteca temática?

¿Cada cuánto le gustaría que cambiaran de temática?

¿Qué temática le gustaría más?

¿Iría disfrazado según la temática?

¿Preferiría que sólo atendieran mujeres?

Teniendo en cuenta las temáticas de la discoteca ¿Pagaría 20 mil pesos por el cover?

¿Gastaría más de 200 mil pesos en una discoteca?

¿En qué zona preferiría la discoteca temática?

¿Estaría dispuesto a trasladarse desde su trabajo, hasta la discoteca temática ubicada en Chapinero?

¿Por medio de Instagram vería todos los eventos?

¿Preferiría que le enviaran al correo los eventos y/o promociones que haya?

¿Qué clase de promoción le gustaría?

### **3.2 Análisis de la información Resultados.**

Por medio de la encuesta realizada, podemos concretar que más del 50% de los encuestados frecuentan discotecas, que el 90% entraría a una discoteca temática y que un 70% pagaría el cover de 20 mil pesos para el ingreso. Un 60% de las personas irían disfrazados según la

temática del fin de semana, el 85% prefieren la promoción del 2x1 y el 90% les gustaría ver el contenido de cada evento por medio de la red social Instagram.

### **3.2.1 Validación de Identificación de las Necesidades**

Se identifica que para la mayor parte de la población, la necesidad para ingresar a una discoteca es para cambiar de estado de ánimo, necesitan distraerse y pasar un tiempo agradable con las demás personas.

### **3.2.2 Validación de los Beneficios y expectativas.**

Es superar las expectativas de los clientes, con la comodidad y el buen servicio dado en establecimiento, por otro lado se beneficia, ya que conocen a más personas para que interactúen toda la noche.

### **3.2.3 Validación de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones.**

Una limitación es para el ingreso de cierta cantidad de personas, inconformidades de los clientes por la misma razón de dicho ingreso y/o por falta de recursos por el cover.

### **3.3 Pentágono de Perfilación de Clientes**

Necesidades del cliente es distraerse, desahogar sus sentimientos y divertirse.

Mercado al que va dirigido el servicio TAM Bogotá, SAM Zona norte, SOM Chapinero.

Beneficios, comodidad en el establecimiento y buenas relaciones entre las personas.

Limitaciones, falta de recursos y para la entrada de cierta cantidad de personas.

Soluciones actuales, brindar un excelente servicio para saciar las necesidades del cliente



## **4. PROTOTIPO**

### **4.1 Descripción del Producto o servicio**

DiscoTemática Magic es un servicio que ofrece a todas aquellas personas mayores de edad, que les guste salir a distraerse y divertirse un buen tiempo en un establecimiento nocturno;

DiscoTemática contará con diferentes ambientes que incentive a las personas a ingresar al establecimiento.

Por tal motivo el sitio será decorado cada quince (15) días según la temática, que los mismos clientes elijan, esto se llevará a cabo por encuestas realizadas por medio de las redes sociales, permitiéndoles elegir entre dos y tres opciones.

Una vez ya elegida la temática se decorará el lugar así mismo, posteriormente se harán actividades dependiendo de la temática para así permitirle a los clientes se sientan a gusto con la decoración y el buen servicio que se les brinde.

#### **4.2 Ficha técnica del Producto o servicio.**

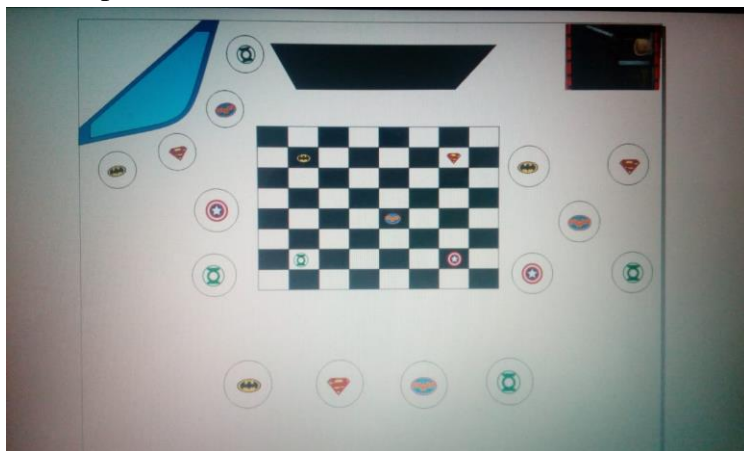
DiscoTemática Magic estará conformada por un grupo de trabajo que consta de once personas aproximadamente, las cuales se dividirán en las diferentes áreas como lo son, tres personas encargadas de la seguridad, tres personas de servicio al cliente, un cajero, dos personas en la barra (Barman), un Dj y un administrador.

Implementos: Equipos de sonido, luces, cámaras de seguridad, mesas, sillas, sofás, cámara de humo, bola Led, neveras y televisores.

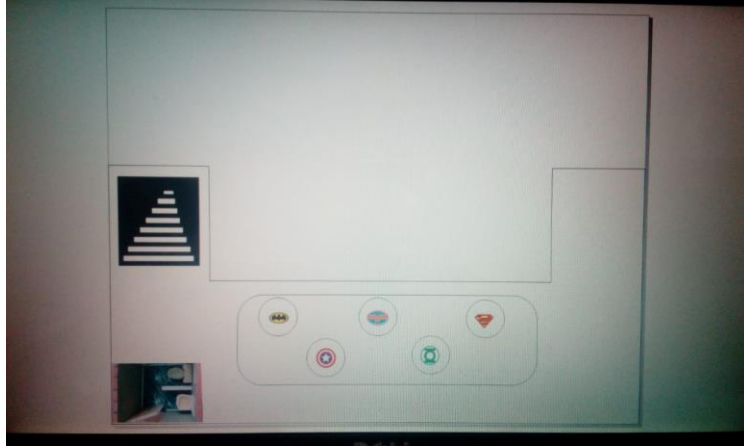
##### **4.2.1 Planos**

Las siguientes imágenes corresponden al diseño realizado para el desarrollo de la maqueta de DiscoTemática Magic, donde el primer piso consta de la entrada principal, baños, pista de baile, zona de la barra y a sus alrededores las mesas y sillas; en el segundo piso será la zona de VIP con su respectivo baño.

Primer piso



Segundo piso



## **5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA**

### **5.1 Identidad Estratégica.**

DiscoTemática Magic es una empresa dedicada al servicio del público mayor de edad, donde ofrece diversión y esparcimiento nocturno; ubicada en la localidad de Chapinero, realizando las diferentes temáticas elegidas por el cliente.

### **5.2 Futuro Preferido**

Para el 2022 se espera que la empresa crezca cada día más en diferentes localidades de la ciudad de Bogotá, generando así que sea reconocida a nivel Nacional también por un buen servicio y creatividad en cada una de las temáticas.

### **5.3 Objetivos empresariales**

#### **5.3.1 Objetivo General**

Plantear y desarrollar las diferentes temáticas y actividades en el establecimiento DiscoTemática Magic de la localidad de Chapinero.

#### **5.3.2 Objetivo específicos**

- Organizar cada temática de manera cumplida para que el cliente se sienta a gusto con la temática que eligió.
- Establecer varias DiscoTemáticas en las demás localidades de Bogotá, para ser reconocidas a nivel Nacional.

#### **5.4 Valores corporativos.**

DiscoTemática se caracterizará por una excelente atención al cliente, donde a cada uno de los clientes se les brindará amabilidad, honestidad, respeto, eficiencia y compromiso

### **6. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO**

#### **6.1 PESTEL**

Desarrolle el respectivo análisis de PESTEL, para su negocio desglosando cada una de las variables objeto de estudio

Factores políticos: Leyes y convivencia Decreto 372 de 2018

Factores Económicos: Expansión en el mercado, crecimiento de empleo

Factores Sociales: Servicio al cliente de calidad, compromiso con las actividades, crecimiento de la población.

Factores tecnológicos: Implementos de alta tecnología, desarrollo de técnicas de manejo del establecimiento.

#### **6.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER**

Realice el respectivo análisis de Porter desglosando cada uno de sus cinco componentes.

Poder de negocio de los compradores: Incentivar a las personas para que ingresen al sitio.

Poder de negocio de los proveedores: Cervecería Bavaria

Amenaza de los sustitutos: Bares, Whiskerías, Karaokes

Amenaza de los compradores potenciales:

Sector económico: Competitividad de las demás discotecas del sector de Chapinero.

### **7. CONCLUSIONES**

Se planteó y se desarrollará una idea de negocio para la creación de una discoteca temática en la ciudad de Bogotá, donde se abordará la innovación y el entretenimiento acorde a la temática elegida por los clientes, dando así un espacio de diversión, comodidad y buen ambiente.

### **8. BIBLIOGRAFÍA**

<http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Zacatecas/Todos%20los%20Municipios/wo65400.pdf>

<https://www.cuidatudinero.com/13067721/analisis-pest-de-empresas>