

# TEMPLOS DEL METAL

Julie Andrea Garzón Valencia

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior  
CUN  
Facultad de Ciencias Administrativas  
Bogotá  
2017

## **Introducción**

En el presente documento se muestra el desarrollo de una idea de negocio en donde las personas que escuchan música del género musical del metal no tienen un establecimiento donde puedan escuchar el subgénero que más le guste, donde encuentren un buen servicio y además un establecimiento digno de este género.

A lo que se quiere llegar es a un establecimiento donde se manejen varios ambientes dependiendo el subgénero de preferencia del género musical del metal. Esto se hará observando que es lo que prefieren estas personas que frecuentan los diferentes bares del género del metal y además de esto haciendo una serie de entrevistas las cuales darán unos resultados y así mismo poderse apoyarse en el análisis de estos y de esta manera llegar a una satisfacción total del cliente.

Se realizarán una serie de entrevistas las cuales se analizarán y así se podrá concretar la idea de negocio.

Al terminar el proyecto se verificará si la idea de negocio es viable y el enfoque es el correcto.

## **Capítulo 1**

### **La idea de negocio**

#### **1. Identificación de la idea de negocio**

##### **1.1.1. Descripción del negocio.**

El negocio es un establecimiento en el cual se dividirá por diferentes tipos de ambientes en donde en cada uno se escuchará diferentes subgéneros del metal, se ofrecerá diferentes bebidas alcohólicas y no alcohólicas a unos precios razonables y un excelente servicio. La idea principal no es vender las bebidas sino vender el servicio y la música en esto se enfocará este proyecto y lo que lo hará diferente a todos los demás bares de metal.

Se pondrán cuatro ambientes, en cada uno se habilitará un subgénero del metal, habrá otro ambiente en donde se busca que se escuchen variados subgéneros y otro ambiente en donde se realizaran eventos en donde se busca motivar y dar a conocer las nuevas bandas y nuevos talentos del metal.

##### **1.1.2. Problema a desarrollar.**

En este momento los bares que se encuentran de este género de música son totalmente básicos en donde solo se escucha lo que la persona encargada del bar quiera poner o simplemente pone a veces lo que solicita el cliente, por este motivo muchas y la gran mayoría de personas salen insatisfechos de estos lugares, porque pagan, pero no escuchan la música

que ellos prefieren, además de esto los bares no es tan en unas condiciones adecuadas de aseo, buen sonido, sillas y mesas en buenas condiciones.

#### **1.1.3. Oportunidad de negocio.**

El cliente que ingrese en bar entrara a un bar en donde encontrara diferentes ambientes en los cuales se escucha un subgénero del metal, acompañado de un excelente servicio con personal capacitado para esta labor y con bastante conocimiento en cada genero del metal, esto ayudara a crear una cultura del metal más consiente y de esta manera poder hacer que esto se dé como un valor agregado.

#### **1.1.4. Clase de producto que genera la idea de negocio.**

La idea no es vender las bebidas sino un excelente servicio que se hace mediante un excelente servicio con personal capacitado y con conocimiento de los subgéneros del metal y además de esto haciendo que cada ambiente del establecimiento sea adecuado según el subgénero a manejar en este.

#### **1.1.5. Sector económico al que pertenece la idea de negocio.**

Pertenece al sector terciario o de servicio. En donde se ofrece un servicio intangible al cliente y no se producen viene materiales.

#### **1.1.6. Descripción del producto o servicio.**

El establecimiento estará ubicada en una zona donde es muy concurrida de personas que escuchan música metal las cuales son el nicho de mercado, allí se atenderá desde las 14:00 horas y se cerrará a las 3:00 horas, se manejarán seis ambientes diferentes de subgéneros del metal, en los cuales se distribuirá de la siguiente manera:

- Primer ambiente se escuchará el subgénero Death Metal
- Segundo ambiente se escuchará el subgénero Thrash Metal
- Tercer ambiente se escuchará el subgénero Black Metal
- Cuarto ambiente se escuchará el subgénero Heavy Metal
- Quinto ambiente se escuchará subgéneros variados
- Sexto ambiente se realizarán eventos para nuevas bandas.

Cada ambiente tendrá una decoración según sea el subgénero que se escuche. Además de esto las personas que atiendan el lugar tendrán conocimiento de coctelería, de mesa y bar y conocimientos en la música y su cultura.

Se venderán bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

#### **1.1.7. Justificación de la idea de negocio.**

Este establecimiento es creado teniendo en cuenta que los bares que hay en la actualidad donde se escucha metal no son los adecuados para los clientes, teniendo en cuenta que allí solo se maneja un estilo variado de los subgéneros del metal, pero por lo general no se especializan en cada uno, teniendo en cuenta esto y que estos clientes cada vez son más

exigentes, quieren escuchar el subgénero que más les gusta, acompañado de una buena atención y que las personas que atiendan tengan conocimiento de esta cultura, por este motivo se crea Templos del Metal para que cada cliente salga satisfecho cumpliendo con todo lo anterior y así mismo brindar un establecimiento adecuado para este tipo de música.

Este proyecto va dirigido a personas que escuchen metal, sean mayores de 18 años no hay edad límite y que se encuentren en Bogotá.

#### 1.1.8. **Antecedentes de la idea de negocio.**

La idea de este negocio nace de experiencias vividas y de a lo largo de varios años escuchar a personas que escuchan este género de música.

Normalmente cuando se acerca a un bar de metal no está en las condiciones físicas optimas, la música que se escucha es la que generalmente la persona que atiende quiere escuchar o simplemente se escucha aleatoriamente, si se pide algún tema musical normalmente se demoran en ponerlo, el servicio no es el adecuado y además de esto se escuchan todos los subgéneros del metal. Por este motivo los clientes no salen satisfechos y en muchas ocasiones no vuelven.

Toda esta información se ha ido recolectando de personas que escuchan metal, frecuentan bares, que su cultura es el metal y conocen bastante de este género musical.

### **1.1.9. Objetivo de la idea de negocio.**

#### ***1.1.9.1. Objetivo general.***

Ofrecer un servicio acorde a las necesidades que tienen las personas que escuchan el género metal, dando a conocer un espacio de integración donde gente de cualquier edad puedan escuchar y conocer más sobre los subgéneros del metal, brindando un servicio con personas que tengan conocimientos en la cultura del metal y además tengan estudios de coctelería, mesa y bar. Así mismo dar a conocer nuevas bandas que están incursionando en este género musical. El establecimiento se ubicará en el barrio La Candelaria en la ciudad de Bogotá.

#### ***1.1.9.2. Objetivos Específicos.***

- Ofrecer en cada ambiente un subgénero de la música metal para que el cliente así pueda escoger el que sea de su preferencia.
- Brindar un excelente lugar, aseado y decorado según amerite el subgénero de metal que se ofrezca en el mismo.
- Crear una empatía con el cliente para así conocer sus gustos y poder guiarlo mejor en el uso de nuestros servicios.
- Ofrecer una serie de eventos para así contribuir con las nuevas bandas que incursionan en el género del metal y así complacer al mismo tiempo a nuestros clientes.

## Capítulo 2

### Customer development

#### 2. Pentágono de perfilación del cliente

##### 2.1 Hipótesis.

2.1.1 *Stakeholder:* en este caso serian personas que estén dentro de la cultura del metal y con frecuencia asistan a bares de metal, en la ciudad de Bogotá y que sean mayores de 18 años.

##### 2.1.2 *Identificación de las necesidades del Stakeholder:*

o ¿Cuáles son las necesidades por las cuales sus clientes están comprando sus principales soluciones?

Buscan un espacio para compartir con sus compañeros, amistades y familiares, pero quedando insatisfechos con el servicio y demás.

o ¿Qué verbo representa la acción?

Ofrecer.

o ¿Bajo qué contexto se da?

Se da va el contexto de personas que necesitan escuchar el subgénero de metal que les guste en un establecimiento.

Las personas a las que tienen una necesidad de escuchar el sub genero de metal que le gusta.

- o Personas que les gusta el género musical del metal,
- o Mayores de 18 años
- o Que frecuenten sitios para reunirse con amigos y demás.

Las necesidades que creo que tienen estas personas son:

- o No tienen un sitio donde escuchar los subgéneros de metal que le gusten
- o Los sitios donde escuchan metal por lo general no son físicamente adecuados para los clientes
- o Y por lo general la gente que atiende estos sitios no tienen conocimientos en la cultura del metal y atención al cliente.

### *Hipótesis.*

- Se creería que los clientes externos necesitan un lugar, en este caso un bar, donde puedan escuchar el subgénero de metal que prefieran ya que no hay un lugar donde se pueda escuchar esta música metal por subgéneros.

### ***2.2.3 Identificación de Beneficios y Expectativas de Resultado***

La principal razón por la cual se da desarrollo a la idea de negocio y la solución planteada es porque se encuentra una necesidad en la cual las personas que escuchan metal no tienen un sitio para poder sentirse cómodos y bien atendidos y escuchando el subgénero de su preferencia.

Se espera que en la idea de negocio se pueda suplir las necesidades de cliente ofreciéndole un excelente servicio, unas instalaciones adecuadas y que pueda escuchar el subgénero de metal que prefiera. De esta manera se busca que el cliente prefiera nuestro servicio y nos diferenciamos de otros bares de metal.

*Hipótesis.*

- Se creería que los clientes externos necesitan encontrar un lugar donde se sientan a gusto escuchando su subgénero del metal preferido, teniendo unas buenas instalaciones y un personal capacitado.

**1.1.4 Identificación de Soluciones Actuales:**

En la actualidad existen varios bares de metal en los cuales las instalaciones físicas son deficientes, en las cuales se ofrecen bebidas alcohólicas, normalmente se escuchan variedad de subgéneros del metal, la persona que atiende conoce superficialmente la cultura del metal y no hay no persona capacitado en coctelería, mesa y bar. Los precios de los licores son altos para el sitio que se está pagando.

El cliente externo accede a tomar los servicios de estos bares porque realmente no hay donde más tomar estos servicios no hay bares en donde se encuentre todo en conjunto.

*Hipótesis.*

Se cree que actualmente los clientes externos usan otros tipos de bares, porque no tiene otro lugar donde se preocupen por satisfacer la necesidad de escuchar el subgénero del metal que más le guste.

**1.1.5 Análisis de Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones:**

La mayor frustración de los clientes externos es llegar a un bar sentirse mal atendido, escuchar siempre las mismas canciones, el tener que escuchar todos los subgéneros y tener que pagar un servicio que no se presta pensando en el cliente. Aparte de esto no manejan un sonido adecuado para estos establecimientos. Lamentablemente esto se genera porque no hay un lugar en donde se pueda adquirir todas estas cosas en conjunto.

*Hipótesis.*

Creo que la solución actual es insuficiente porque no cumple con cubrir las necesidades de los clientes, ellos simplemente asisten a estos bares al no encontrar más.

**1.1.6 Mercado:**

Para esta idea de negocio se tienen en cuenta las personas mayores de 18 de años, sin importar el sexo, que frecuente bares de metal y se encuentren en la ciudad de Bogotá.

El mercado total de Templos del Metal son todas las personas que escuchan metal en Bogotá.

El mercado objetivo probable son aquellas personas que se encuentran cerca de la zona centro de la ciudad.

El mercado objetivo son aquellas personas que se encuentran en la zona centro que gustan de la música metal y tiene poder de adquisición.

Aproximadamente esta idea de negocio está dirigida a unas 500.000 personas.

## Capítulo 3

### Validación del pentágono de perfilación de clientes

#### 3.La entrevista

##### *3.1 proceso de recolección de datos.*

Se realizaron 20 encuestas las cuales 10 fueron realizadas personalmente y 10 se realizaron por grupos de WhatsApp donde se encuentran personas que saben y conocen sobre el género musical Metal. Las personas se encontraron muy activas en las respuestas de la encuestas e interesadas por conocer de qué se trataba el proyecto.

##### *3.2 hallazgos de información encontrada.*

<b>NOMBRE ENTREVISTADO</b>	<b>ENTREVISTA</b>
<a href="mailto:Helbertcas@gmail.com">Helbertcas@gmail.com</a>	Indica que cuando asiste a los bares le desagrada el mal sonido.
<a href="mailto:rockerdemente@hotmail.com">rockerdemente@hotmail.com</a>	indica que lo que más le desagrada cuando asiste a un bar de metal que no hay una perspectiva integral del lugar refiriéndose a instalaciones, aseo, alrededores, servicio, música y distancia que sea de fácil acceso.

### ***3.3 Análisis de la información.***

HALLAZGOS			
NECESIDADES	BENEFICIOS	LIMITACIONES -FRUSTACIONES LIMITACIONES	SOLUCIONES ACTUALES
Accesibilidad	Zona central en donde haya un buen flujo de avenidas principales	no encontrar un lugar adecuado	en cualquier lugar hay bares
Economía	Tener un excelente servicio integral a precios cómodos	Competición de precios	Variedad en valor según el
Escuchar subgenero musical metal	Brindar una satisfacción del cliente y un excelente adecuado por cada subgenero.	validar los ambientes según subgenero	buscar lugar amplio

### ***3.4 Resultados de la información.***

Después de realizar cada una de las encuestas se puso analizar que la gente que escucha metal y le gustan ciertos subgéneros del metal no encuentran un lugar en donde se sientan a gusto con lo que allí puedan llegar a encontrar, la música no les satisface los lugares no tienen una buena adecuación, sonido y decoración. Por esto se plantea crear un bar que cumpla con todos aquellos requerimientos para así satisfacer la necesidad que busca este cliente que es cada vez más exigente.

## Capítulo 4

### Prototipo

#### 4.1 Descripción del producto o servicio.

El establecimiento estará ubicada en una zona donde es muy concurrida de personas que escuchan música metal las cuales son el nicho de mercado, allí se atenderá desde las 14:00 horas y se cerrará a las 3:00 horas, se manejarán cinco ambientes diferentes de subgéneros del metal, en los cuales se distribuirá de la siguiente manera:

- Primer ambiente se escuchará el subgénero Death Metal
- Segundo ambiente se escuchará el subgénero Thrash Metal
- Tercer ambiente se escuchará el subgénero Black Metal
- Cuarto ambiente se escuchará el subgénero Heavy Metal
- Quinto ambiente se escuchará subgéneros variados
- Sexto ambiente se realizarán eventos para nuevas bandas.

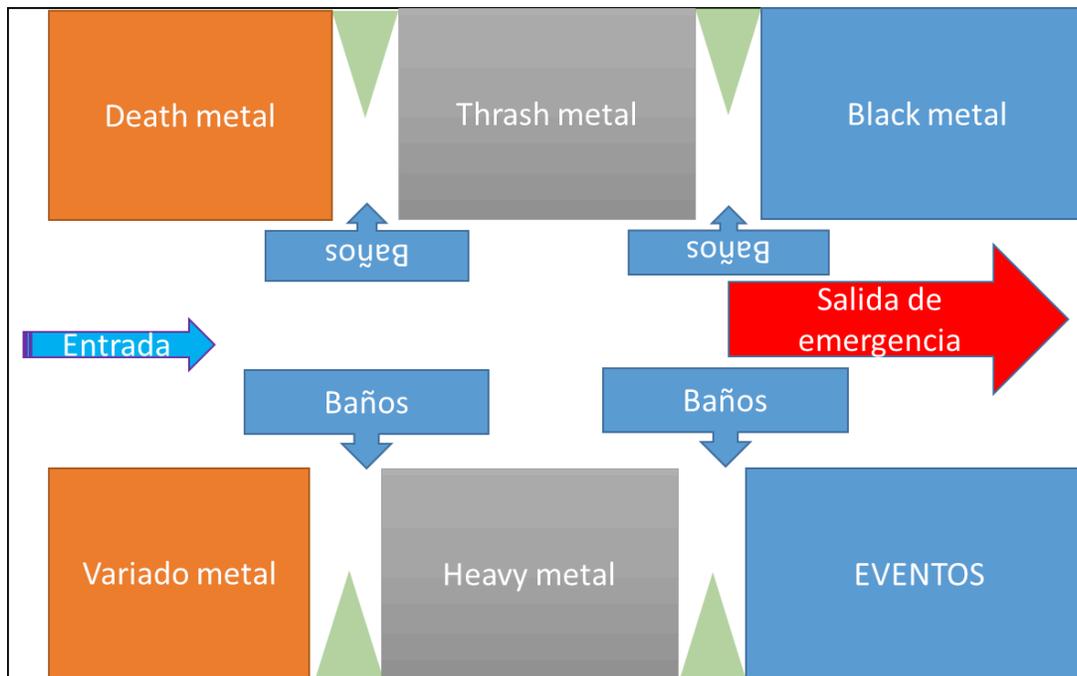
Cada ambiente tendrá una decoración según sea el subgénero que se escuche.

Aproximadamente cada ambiente tendrá 15 mesas y con cuatro sillas las cuales se podrán unir en caso de grupos, para el espacio que se reservara para eventos será más amplio e las cual aproximadamente será para una capacidad máxima de 80 personas, el cual solo se habilitara solo los fines de semana en los cuales haya evento.

Además de esto las personas que atiendan el lugar tendrán conocimiento de coctelería, de mesa y bar y conocimientos en la música y su cultura.

Se venderán bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

#### 4.2 Planos.



## Capítulo 5.

### **Matriz estratégica**

#### **5.1 Identidad Estratégica.**

En este bar se busca cumplir con las expectativas del cliente y buscar que se sienta en un ambiente propicio en donde sienta que el servicio que se le está ofreciendo es integral y buscando satisfacer el cliente, recordando que no se está vendiendo un producto sino un servicio diferente al que encuentra en cualquier otro bar. Además de esto teniendo en cuenta que se busca que pueda escuchar el subgénero del metal que más le guste. Este proyecto se basa en un grupo objetivo de personas mayores de 18 años, que escuchen el género musical metal y que tengan poder adquisitivo.

#### **5.2 Futuro preferido.**

Fidelizar a nuestros clientes para así lograr que “Templos del Metal” sea reconocido en todo Bogotá por su innovación, su música y por su servicio, adaptándonos a los cambios de la misma ciudad.

#### **5.3 Objetivo General.**

Ofrecer un servicio acorde a las necesidades que tienen las personas que escuchan el género metal, dando a conocer un espacio de integración donde gente de cualquier edad puedan escuchar y conocer más sobre los subgéneros del metal, brindando un servicio con personas que tengan conocimientos en la cultura del metal y además tengan estudios de coctelería, mesa y bar. Así mismo dar a

conocer nuevas bandas que están incursionando en este género musical. El establecimiento se ubicará en el barrio La Candelaria en la ciudad de Bogotá.

#### **5.4 Objetivos Específicos.**

- o Ofrecer en cada ambiente un subgénero de la música metal para que el cliente así pueda escoger el que sea de su preferencia.
- o Brindar un excelente lugar, aseado y decorado según amerite el subgénero de metal que se ofrezca en el mismo.
- o Crear una empatía con el cliente para así conocer sus gustos y poder guiarlo mejor en el uso de nuestros servicios.
- o Ofrecer una serie de eventos para así contribuir con las nuevas bandas que incursionan en el género del metal y así complacer al mismo tiempo a nuestros clientes.

#### **5.5 Valores.**

*Respeto:* Es un valor que se refleja en cada una de las relaciones interpersonales que se desarrollan con los clientes tanto externos como internos de la empresa.

*Responsabilidad:* trabajar cumpliendo con todos los parámetros diseñados para lograr la satisfacción del cliente.

*Trabajo en equipo:* Buscar con el trabajo individual y colectivo la unión del equipo para lograr los mejores resultados.

*Servicio al cliente:* Nos orientamos decididamente a conocer las necesidades y deseos de nuestros clientes para satisfacer sus expectativas, proporcionándoles el mejor servicio.

## 5.6 Análisis PESTEL

ANALISIS PESTEL	
FACTORES POLÍTICOS	Puede llegar a afectar dependiendo el candidato que sea electo. Las nuevas políticas que pueda traer, algunas ideas y demás
FACTORES ECONÓMICOS	Negativamente puede afectar el proyecto en caso de que aumente el desempleo ya que las personas tendrán poco poder adquisitivo y el servicio que se presta no es una necesidad básica. La liquidez financiera. Las campañas promocionales. Positivamente sería una generación de nuevos empleos.
FACTORES SOCIO -ECONOMICOS	Pueden cambiar los gustos de subgéneros del metal que escuchan los clientes
FACTORES TECNOLÓGICOS	Se debe estar alerta a los cambios en los nuevos instrumentos, equipos de sonido que se generen con nueva tecnología para así poder brindar un mejor servicio.
FACTORES ECOLÓGICOS	Brindar un espacio insonorizado para así no crear un impacto negativo ambiental con una contaminación auditiva.
FACTORES LEGALES	1. Decreto 1111 2017 SSI 2. Nuevo código de policía 3. Acuerdo 581 de 2015 4. Decreto 2150 de 1995

## **5.7 Análisis de Porter:**

### ***5.7.1 Rivalidad entre los competidores existentes.***

No se podría definir como competidores ya que no se manejan bares de metal con estas características sería el único la competencia más cercana serían los bares actuales donde no hay ambientes para cada subgénero. Además de esto no suplen las necesidades actuales que tienen los clientes.

Por otro lado, no hay variedad entre los diferentes bares si se tienen en cuenta que lo que ellos buscan es vender un producto y no un servicio como lo maneja Templos del Metal.

Analizando lo anterior se puede decir que el nivel de que la rivalidad entre bares es baja.

### ***5.7.2 Poder de negociación de los clientes***

En este momento la idea es fidelizar al cliente mediante una serie de promociones, de regalos y tarjetas con puntos para así darle al servicio un valor agregado y hacer que el cliente vuelva.

Brindar un excelente espacio que el cliente se sienta en casa, que se encuentre cómodo así se familiarizar con el bar.

### ***5.7.3 Poder de negociación de los proveedores***

El mercado se encuentra lleno de proveedores ya sea directo con Bavaria o con los distribuidores mayorista, además de esto también se debe tener en cuenta que, para los licores y bebidas importantes, se puede negociar

directamente los insumos, se encuentran bodegas en diferentes lugares de la ciudad lo cual en caso de que falte alguno no afectara el bar.

#### ***5.7.4 Amenaza de nuevos competidores***

Es normal que en el momento que entre a funcionar Templos del Metal muchos querrán tener uno igual o parecido, pero de esto se trata y el no dejar de ser el número uno se basara en la innovación de nuevos productos que fidelicen más al cliente.

#### ***5.7.5 Amenaza de productos sustitutos***

Existen servicios sustitutos, ellos satisfacen una parte de la necesidad y pueden llevarse una parte de los clientes, pero no todos ya que los clientes se sienten inconformes y cada vez el mercado es más exigente.

## **Conclusiones**

Luego de realizaran la investigación se pudo concluir que el proyecto es viable ya que la segmentación del mercado es la correcta y lo más importante se encontró la necesidad del cliente que es tener un bar como Templos del Metal en donde se pueden encontrar diferentes ambientes con su correspondiente subgénero y aparte de esto poder apoyar nuevas bandas que quieran incursionar en este género musical.

Además de esto se pudo encontrar que no hay una competencia real para este proyecto teniendo en cuenta que los bares actuales no tienen la infraestructura y el servicio que se piensa prestar en Templos del Metal más especializado, lo que se busca es vender un servicio no un producto a lo que va dirigido todos los bares hoy en día.