

Eleven Bar

Visión:

Ser el principal referente de entretenimiento nocturno y gastronomía en Tuxtla Gutiérrez, reconocido por ofrecer una experiencia única que fusiona la cultura chiapaneca con un ambiente moderno y sofisticado, mientras promovemos la sostenibilidad y la integración social y cultural.

Misión:

Brindar a nuestros clientes una experiencia inolvidable que combine lo mejor de la gastronomía local reinventada, coctelería artesanal y entretenimiento de alta calidad, en un ambiente seguro y acogedor. Nos comprometemos a ofrecer un servicio personalizado, apoyar la cultura chiapaneca a través de colaboraciones con artistas y productores locales, y fomentar conexiones profesionales mediante eventos de networking exclusivos.

Problemática potencial en Tuxtla Gutiérrez

Falta de variedad en la oferta del entretenimiento nocturno

Problemas de Seguridad en los Establecimientos Existentes

Poca Atención a la Calidad del Servicio y la Experiencia al Cliente

Falta de Integración con la Cultura y Gastronomía Local

Solución Propuesta: Restaurante Bar con concepto Híbrido

Concepto: Crear un establecimiento que combine un restaurante de alta calidad con un bar-lounge que se transforme en un club nocturno más tranquilo y sofisticado en las horas tardías.

Características:

- 1.-Gastronomía local reinventada: Ofrecer platillos inspirados en la cocina chiapaneca pero con un toque gourmet y presentación moderna.
- 2.-Bar especializado: Centrarse en cocteles artesanales utilizando ingredientes locales y licores tradicionales de Chiapas.
- 3.-Diseño y ambiente: Crear un espacio que refleje la rica cultura de Chiapas, utilizando artesanías y arte local en la decoración.

- 4.-Área de lounge: Disponer de una zona cómoda para socializar que pueda transformarse en una pista de baile más tarde en la noche.
- 5.-Eventos temáticos: Organizar noches especiales que celebren la cultura chiapaneca, como catas de mezcal, clases de cocina, o exhibiciones de arte.
- 6.-Seguridad mejorada: Implementar medidas de seguridad discreta pero efectivas para garantizar un ambiente seguro.
- 7.-Tecnología: Utilizar un sistema de reservas en línea y una aplicación para mejorar la experiencia del cliente.
- 8.-Sostenibilidad: Enfocarse en prácticas sostenibles, utilizando productos locales y reduciendo el desperdicio.
- 9.-Horario extendido: Operar como restaurante durante el día y principios de la noche, transformándose gradualmente en un ambiente de club más tarde.

Descripción de la empresa:

Nombre de la empresa: Eleven Bar

Giro de la Empresa: Lounge Bar

Tuxtla Gutiérrez Chiapas

Empresa de tamaño Mediano

Una empresa que iniciara siendo local con objetivos y metas de expandirse por toda la república Mexicana como franquicia



Fortalezas:

Enfoque en innovación: El concepto muestra un fuerte énfasis en la innovación, combinando elementos culturales locales con tendencias modernas.

Diversificación de servicios: La estrategia incluye múltiples ofertas (restaurante, bar, club nocturno, networking), lo que sugiere un enfoque de diversificación.

Orientación al cliente: Hay un claro enfoque en satisfacer diversas necesidades del cliente a lo largo del día/noche.

Integración tecnológica: La incorporación de elementos tecnológicos indica una estrategia de diferenciación y mejora de la experiencia del cliente.

Oportunidades:

Planificación a largo plazo: Ir desarrollando un plan estratégico más detallado para los próximos 3-5 años, poniendo metas específicas y medibles.

Análisis del entorno: Implementar un proceso o estrategia de análisis del mercado y la competencia en Tuxtla Gutiérrez.

Gestión del cambio: Establecer protocolos para adaptar rápidamente la estrategia a cambios en el mercado o preferencias del cliente.

Desarrollo de talento: Crear un plan de desarrollo y retención del personal especializado necesario para el éxito del concepto.

Medición del desempeño: Implementar KPIs (Indicadores Clave de Desempeño) para cada área del negocio y revisarlos regularmente.

Sostenibilidad: Integrar prácticas de sostenibilidad en la estrategia general del negocio.

Expansión y escalabilidad: Considerar cómo el concepto podría expandirse o replicarse en el futuro.

Gestión de riesgos: Desarrollar planes de contingencia para posibles desafíos (económicos, regulatorios, etc.).

Innovación continua: Establecer un proceso para la generación y evaluación continua de nuevas ideas para mantener la relevancia del concepto.

Alineación organizacional: Asegurar que todas las áreas del negocio estén alineadas con la estrategia general.

Debilidades:

Planificación a largo plazo limitada: Falta de un plan estratégico detallado para los próximos 3-5 años.

Análisis de mercado insuficiente: Carencia de un proceso sistemático para analizar el mercado local y la competencia.

Adaptabilidad al cambio: Falta de protocolos establecidos para adaptar rápidamente la estrategia a cambios en el entorno.

Gestión del talento: Ausencia de un plan sólido para el desarrollo y retención del personal especializado.

Medición del desempeño: Falta de KPIs bien definidos para cada área del negocio.

Sostenibilidad: Integración limitada de prácticas sostenibles en la estrategia general.

Escalabilidad: Falta de un plan claro para la posible expansión o replicación del concepto.

Amenazas:

Cambios rápidos en el mercado: Riesgo de que el concepto pierda relevancia debido a cambios en las preferencias del consumidor.

Competencia adaptativa: Posibilidad de que competidores existentes copien elementos exitosos del concepto.

Inestabilidad económica: Vulnerabilidad ante fluctuaciones económicas que afecten el gasto en entretenimiento.

Cambios regulatorios: Riesgo de nuevas regulaciones que afecten la operación de bares y clubes nocturnos.

Escasez de talento: Dificultad para encontrar y retener personal especializado en Tuxtla Gutiérrez.

Tecnología cambiante: Riesgo de que las innovaciones tecnológicas actuales se vuelvan obsoletas rápidamente.

Crisis imprevistas: Vulnerabilidad ante eventos inesperados (como crisis sanitarias) que puedan afectar la industria de la hospitalidad.

Introducción

Este proyecto tiene como objetivo presentar el desarrollo y viabilidad de Eleven Bar-Lounge, un establecimiento único que combina la gastronomía chiapaneca con un ambiente sofisticado y moderno en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez. A lo largo de este trabajo, exploraremos la necesidad de diversificar la oferta de entretenimiento nocturno en la región y cómo este concepto innovador busca responder a esa demanda a través de una propuesta que integra cultura, coctelería artesanal y una experiencia diferenciada tanto para residentes locales como para turistas.

En primer lugar, se identifican las principales problemáticas del mercado actual en Tuxtla Gutiérrez: la falta de seguridad en los establecimientos existentes, la poca atención al servicio al cliente y la escasa integración de la cultura local en las ofertas comerciales. A partir de este diagnóstico, se propone Eleven Bar-Lounge como una solución que no solo resalta las tradiciones gastronómicas y culturales de Chiapas, sino que también ofrece un espacio seguro, dinámico y adaptado a las tendencias globales de entretenimiento nocturno.

El objetivo principal del proyecto es crear un espacio híbrido que funcione como restaurante gourmet durante el día y se transforme en un club nocturno elegante por la noche, cubriendo las necesidades de un público diverso, desde profesionales locales que buscan un lugar para relajarse y socializar después del trabajo, hasta turistas interesados en conocer la cultura chiapaneca de una manera innovadora. Además, el establecimiento se distingue por su atención personalizada con empleados dedicados, una oferta gastronómica sostenible, eventos temáticos y zonas diseñadas para crear experiencias memorables.

Tipos de Valores que encontré en libros:

Valor Funcional: Beneficios prácticos o utilitarios que el cliente obtiene del producto o servicio, como la calidad, eficiencia o facilidad de uso.

Valor Emocional: Conexión emocional que el cliente siente al interactuar con la marca o producto, generando satisfacción, alegría o apego.

Valor Social: Percepción de mejora en el estatus social o imagen del cliente al asociarse con la marca, producto o servicio, aumentando su prestigio o aceptación social.

Valor Experiencial: El valor derivado de la experiencia completa que vive el cliente al utilizar el producto o servicio, incluyendo aspectos sensoriales, interactivos o memorables.

Valor Económico: La percepción del cliente de que el producto o servicio tiene una buena relación calidad-precio, asegurando que lo que paga es justo por lo que recibe.

Valor Ambiental: Beneficios relacionados con la sostenibilidad, como el uso de prácticas respetuosas con el medio ambiente y la reducción de impacto ecológico.

Costo Beneficio

Identificación de Costos:

Costos iniciales: Inversión en infraestructura, diseño del local, equipamiento.

Costos operativos: Sueldos del personal (cocineros, meseros, mixólogos), alquiler del local, licencias, insumos (ingredientes, bebidas), mantenimiento.

Marketing: Publicidad en redes sociales, colaboraciones con influencers, eventos promocionales.

Tecnología: Plataforma de reservas, sistema de cobros, Wi-Fi.

Identificación de Beneficios:

Ingresos: Ventas de alimentos y bebidas, entradas a eventos especiales (DJ battles), alquiler para eventos corporativos, patrocinadores en eventos.

Fidelización: Beneficios a largo plazo gracias al programa de fidelidad.

Valor de marca: Incremento en la visibilidad y reputación del mi negocio gracias a los eventos de networking y colaboraciones.

Diferenciación competitiva: Al atraer turistas y residentes que buscan experiencias únicas, se genera un mayor flujo de clientes.

Medición de mi costo beneficio:

Supongamos que el costo inicial de establecer el negocio es de \$1,000,000 MXN (incluyendo infraestructura, licencias y marketing).

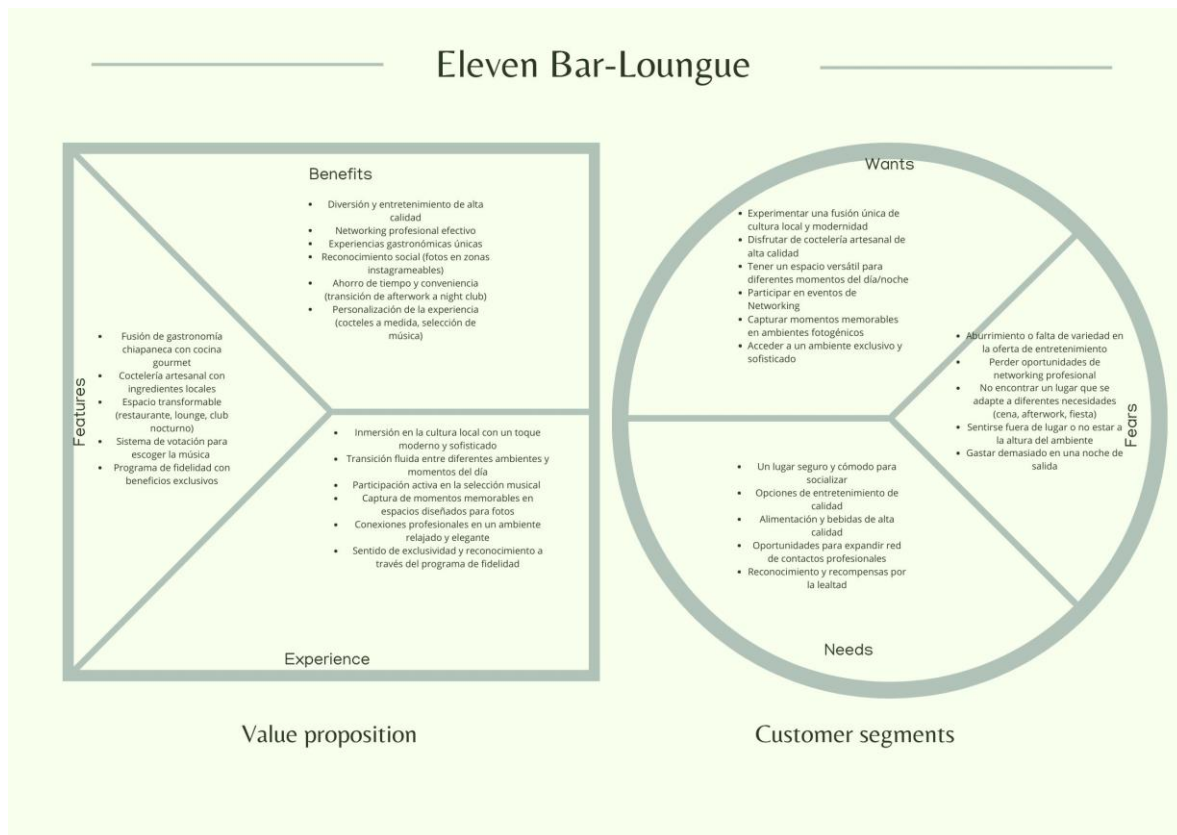
Mis costos operativos anuales (sueldos, insumos, renta) suman \$500,000 MXN.

Estimo ingresos anuales por \$1,500,000 MXN (ventas de alimentos, bebidas y eventos).

$$= \text{Beneficios totales} / \text{Costos totales} = 1,500,000 / 500,000 = 3$$

Por cada peso invertido tengo 3 pesos de beneficio

Mapa de valor:



Personal Buyer o Perfil de Cliente:

Alejandro Martínez

EDAD	302 años
SEXO	Masculino
PAÍS	México
EDUCACIÓN	Universidad
TRABAJO	Gerente de marketing en una empresa tecnológica local
ESTADO CIVIL	Soltero



Hábitos y comportamientos:

- Sale 2-3 veces por semana después del trabajo
- Prefiere lugares que ofrezcan una experiencia completa (cena, bebidas, música)
- Utiliza apps para descubrir nuevos lugares y hacer reservaciones
- Comparte sus experiencias en Instagram y Facebook
- Asiste regularmente a eventos de networking profesional
- Gusta de probar cocteles artesanales y platos innovadores

Objetivos

- Expandir su red profesional
- Disfrutar de experiencias únicas y memorables
- Mantenerse al día con las tendencias locales
- Encontrar un equilibrio entre su vida profesional y social

Descripción

- Ambicioso y orientado a objetivos
- Sociable y extrovertido
- Amante de las nuevas experiencias
- Conectado digitalmente y activo en redes sociales
- Valora el equilibrio entre trabajo y vida personal
- Interesado en la cultura local y las tendencias globales

Modelos de creación de valor para mi proyecto

Modelo canvas: El Modelo Canvas ha sido una herramienta esencial en la creación de valor para Eleven Bar-Lounge, permitiéndonos estructurar de manera clara y eficiente los elementos clave del negocio. A través de este modelo, hemos podido definir nuestra propuesta de valor de manera diferenciada y orientada a las necesidades específicas de nuestros clientes.

Mapa de Valor: El Mapa de Valor fue una herramienta crucial en la creación de valor para Eleven Bar-Lounge al permitirnos analizar y alinear las necesidades y expectativas de nuestros clientes con nuestras capacidades internas.

Cadena de Valor: La cadena de valor fue de gran ayuda a Eleven Bar, ya que nos permitió ver un panorama de los procesos que se llevan a cabo en el negocio, dando valor en cada uno de ellos.

Niveles de creación de valor y cuales aplicarías en tu proyecto.

Valor Funcional

Coctelería artesanal: Al ofrecer cocteles con ingredientes locales, el negocio garantiza una experiencia única y auténtica para los clientes.

Gastronomía local reinventada: Los platillos basados en la cocina chiapaneca, pero con toques modernos, cumplen con una función gastronómica clara y atractiva para quienes buscan nuevas experiencias culinarias.

Eventos temáticos y de networking: Estas actividades proporcionan valor funcional al ofrecer un espacio para socializar y conectar en eventos bien organizados.

Valor Emocional

Ambiente sofisticado y acogedor: El diseño del espacio, que refleja la cultura chiapaneca con arte y artesanías locales, genera una conexión emocional con los clientes, haciéndolos sentir parte de una experiencia cultural auténtica.

Servicio personalizado con mixólogos dedicados: Tener un mixólogo personal durante la velada crea una experiencia exclusiva y genera una sensación de cuidado y atención.

Zonas "Instagrameables": Estas áreas permiten a los clientes capturar momentos especiales, fomentando sentimientos de satisfacción y diversión al compartirlos en redes sociales.

Valor Social

El valor social se centra en cómo un producto o servicio mejora la imagen o el estatus social del cliente al asociarse con él. En Eleven Bar-Lounge, el valor social puede aplicarse así:

Eventos de networking profesional: Al organizar eventos para profesionales, Eleven Bar-Lounge proporciona una plataforma donde los clientes pueden fortalecer su red de contactos, lo cual incrementa su prestigio social y profesional.

Valor Experiencial

Este tipo de valor se relaciona con la experiencia completa del cliente al disfrutar de un servicio. Para Eleven Bar-Lounge, el valor experiencial puede estar presente en:

Transición fluida de restaurante gourmet a club nocturno: Ofrecer un cambio gradual en el ambiente durante la noche proporciona una experiencia continua y enriquecedora, donde el cliente disfruta de dos tipos de entretenimiento en un solo lugar.

Catas de mezcal y clases de cocina: Estas actividades no solo brindan valor funcional, sino también un valor experiencial, permitiendo que los clientes aprendan y vivan una experiencia interactiva.

Valor Económico

El valor económico tiene que ver con la percepción de que el cliente está obteniendo una buena relación calidad-precio. Eleven Bar-Lounge puede generar valor económico de estas formas:

Programa de fidelidad: Al ofrecer beneficios exclusivos a los clientes frecuentes, como acceso prioritario o bebidas gratuitas, se refuerza la percepción de valor a largo plazo.

Precios justos en la coctelería artesanal y comida gourmet: Aunque el ambiente es sofisticado, ofrecer precios competitivos o justos por la calidad de los ingredientes locales puede generar una percepción de que los clientes obtienen más valor por su dinero.

Valor Ambiental

Hoy en día, muchos clientes valoran la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente. Eleven Bar-Lounge puede implementar este tipo de valor de la siguiente manera:

Uso de productos locales y prácticas sostenibles: El compromiso con la sostenibilidad, como el uso de ingredientes locales y la reducción de desperdicios, no solo apoya la economía local, sino que también atrae a un segmento de consumidores preocupados por el medio ambiente.

Objetivo del proyecto:

Objetivo:

Crear un espacio híbrido en Tuxtla Gutiérrez que combine una experiencia gastronómica de alta calidad, basada en la cultura chiapaneca, con un ambiente de entretenimiento nocturno sofisticado, ofreciendo un servicio personalizado que promueva la fidelización de clientes y eventos de networking profesional, mientras se fomenta el uso de ingredientes locales y prácticas sostenibles.

Primera propuesta de intervención:

Mi primera propuesta de intervención para Eleven Bar-Lounge se centra en mejorar la experiencia del cliente a través de la optimización del servicio personalizado y la creación de un programa de fidelización que potencie la lealtad del cliente. Esta intervención se basa en los conceptos de valor emocional, valor experiencial y el modelo de propuesta de valor revisados previamente, con un enfoque en la diferenciación de la oferta y el fortalecimiento de la relación con los clientes.

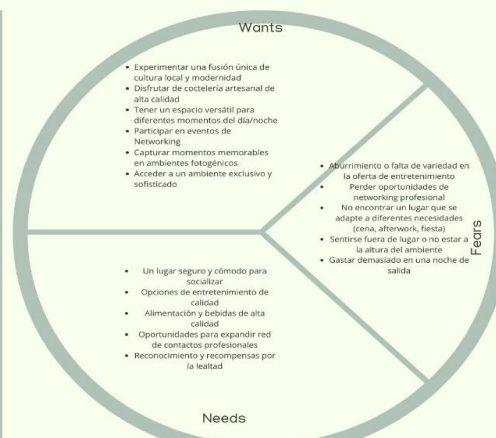
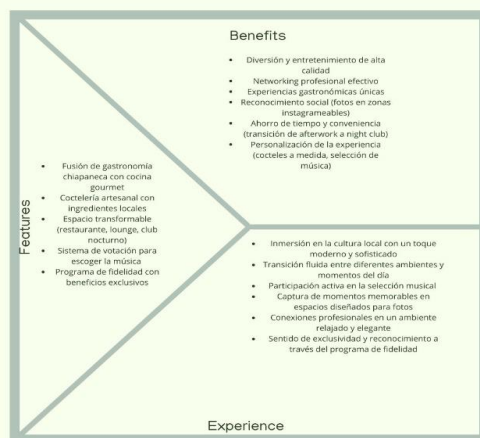
Modelo Canvas:

MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

Compañía: Eleven

Asociaciones Clave	Actividades Clave	Propuestas de Valor	Relación con los clientes	Segmentos de clientes
<ul style="list-style-type: none"> Proveedores locales de alimentos y bebidas que nos den los productos a crédito Artistas y músicos locales Agencias de turismo y hoteles Empresas de eventos y promoción Instituciones culturales locales 	<ul style="list-style-type: none"> Preparación de alimentos y cocteles artesanales Organización de eventos (afterwork, DJ battles, networking) Gestión del programa de fidelidad Mantenimiento y actualización de la plataforma tecnológica Marketing y gestión de redes sociales Colaboración con DJs y artistas locales 	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia gastronómica y de entretenimiento única que fusiona la cultura chiapaneca con un ambiente moderno y sofisticado Transición fluida de restaurant gourmet a club nocturno elegante Cocelería artesanal con ingredientes locales Servicio de "personal mixologist" "After Office" transformable Programa de "DJ Battle" semanal Zonas Instagramables Programa de fidelidad Wi-Fi gratuito y estaciones de carga Sistema de recomendación de música Zona de networking Eventos de networking profesional 	<ul style="list-style-type: none"> Servicio personalizado Programa de fidelidad con beneficios exclusivos Interacción en redes sociales. Eventos de networking y afterwork Encuestas de satisfacción al servicio y sugerencias 	<ul style="list-style-type: none"> Profesionales locales de 25-50 años Turistas nacionales e internacionales Amantes de la gastronomía y la cultura Personas en busca de un ambiente nocturno sofisticado Empresarios y networkers Influencers y creadores de contenido
Estructura de costes <ul style="list-style-type: none"> Alquiler o compra del local Salarios del personal Costo de alimentos y bebidas Gastos en marketing y publicidad Licencias, seguros y permisos Mantenimiento y renovación de equipos e instalaciones Costos de servicios (electricidad, agua, internet, etc.) 		Fuentes de ingresos <ul style="list-style-type: none"> Venta de alimentos y bebidas Entradas para eventos especiales Alquiler de espacios para eventos corporativos Patrocinios de marcas en eventos de networking 		

Eleven Bar-Lounge



Cadena de Valor:



Actividades de Apoyo

Gestión de Recursos Humanos

Capacitación del personal: La formación continua del equipo, especialmente de los chefs y mixólogos, en técnicas de cocina y mixología moderna, asegurar que la experiencia ofrecida sea de la más alta calidad. Además, la formación en atención al cliente mejora la interacción entre el personal y los clientes, lo que aumenta el valor emocional y experiencial.

Selección de personal especializado: Reclutar personal con experiencia en mixología, cocina gourmet y atención personalizada asegura que el equipo esté preparado para ofrecer un servicio diferenciador.

Compras (Procurement)

Selección de proveedores locales: Mantener relaciones sólidas con proveedores locales de alimentos y bebidas es clave para garantizar la calidad de los

productos, apoyar la economía regional y ofrecer una propuesta gastronómica auténtica.

Adquisición de insumos de alta calidad: Invertir en ingredientes de alta calidad para cocteles y platillos es esencial para mantener el estándar premium del bar-lounge.

Infraestructura de la empresa

Diseño del local: El espacio físico de Eleven Bar-Lounge es fundamental en la creación de valor. Un diseño que refleje la cultura chiapaneca, junto con áreas adaptadas para el ambiente diurno y nocturno, garantiza una experiencia completa y diferenciada para los clientes.

Gestión operativa eficiente: La gestión interna, desde la administración financiera hasta la planificación de eventos y la logística diaria, es fundamental para que todas las actividades fluyan correctamente y maximicen la creación de valor.

Conclusión:

La conclusión de este proyecto para Eleven Bar-Lounge refleja un enfoque integral y estratégico en la creación de valor en el sector de la gastronomía y el entretenimiento. A lo largo del desarrollo del proyecto, hemos empleado diversas herramientas analíticas y de planificación, como el Modelo Canvas y el Mapa de Valor, que han sido fundamentales para estructurar nuestras ideas y estrategias.

El Modelo Canvas me permitió identificar claramente los segmentos de clientes, definir nuestra propuesta de valor única y mapear las actividades clave y recursos necesarios para operar eficientemente. Esta herramienta facilitó una visión holística del negocio, alineando nuestras capacidades internas con las necesidades del mercado. A través de ella, entendimos la importancia de personalizar la experiencia del cliente, ofreciendo coctelería artesanal y eventos que reflejan la cultura chiapaneca.

El Mapa de Valor, por su parte, me ayudó a visualizar cómo cada actividad en nuestra cadena de valor contribuye a la satisfacción del cliente. Al identificar y optimizar las operaciones clave, como la logística interna y el servicio al cliente, me asegure que cada interacción con Eleven Bar-Lounge genere un impacto positivo en la experiencia general del consumidor.

El análisis de las cadenas de valor y la definición de una clara infraestructura de operaciones me han permitido establecer un camino hacia la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo. Al establecer alianzas estratégicas con proveedores locales y adoptar prácticas responsables, he reforzado nuestro compromiso con la comunidad y el medio ambiente.

Bibliografia:

Hsieh, T. (2010). *Delivering Happiness: A Path to Profits, Passion, and Purpose*. Business Plus.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.

Pine II, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Review Press.

Treacy, M., & Wiersema, F. (1995). *The Discipline of Market Leaders: Choose Your Customers, Narrow Your Focus, Dominate Your Market*. Perseus Books.

Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. Free Press.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value: How to reinvent capitalism—and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.

Esty, D. C., & Winston, A. S. (2009). *Green to Gold: How Smart Companies Use Environmental Strategy to Innovate, Create Value, and Build Competitive Advantage*. Wiley.