

ISEKAI

Proyecto de un bar gaming

Abraham Trashorras Rivas



Contenido

| | |
|---|----|
| Introducción | 2 |
| Objetivos de negocio | 3 |
| Marketing | 3 |
| Finanzas | 3 |
| Operaciones | 3 |
| Tecnología..... | 3 |
| Dirección..... | 4 |
| Tabla de Síntesis | 4 |
| Diseño lógico | 5 |
| Procesos de negocio..... | 5 |
| Ventas en el Bar | 5 |
| Uso de la Zona de Juego | 6 |
| Eventos | 6 |
| Dimensiones | 6 |
| Tiempo..... | 6 |
| Cliente | 7 |
| Cálculo de los indicadores a partir del diseño lógico | 8 |
| Bibliografía | 10 |

Introducción

En este proyecto se abordará el diseño de un bar gaming orientado a la marca y la comunidad con el nombre “Isekai”.

En este contexto, un bar gaming es aquel local que mezcla el negocio tradicional de la hostelería con el alquiler por horas de ordenadores y consolas de alto rendimiento con el objetivo principal de jugar a videojuegos, especialmente aquellos con componente multijugador. Es un concepto que expande a los antiguos cibercafés, comunes antes de que los computadores llegasen a todos los hogares, y trata de proporcionar los equipos de alto rendimiento necesarios para el disfrute competitivo de los videojuegos modernos debido a sus altos requerimientos de hardware.

Esta oportunidad de negocio se incrementa gracias a dos factores de gran relevancia. Por una parte, la clase trabajadora ha visto degradado su poder adquisitivo desde la crisis sanitaria del Covid-19 seguida de la crisis energética y asentada con la guerra en Ucrania [1]. Esto supone que el acceso a los equipos óptimos para el disfrute de los videojuegos se vea reducida para un sector cada vez más creciente de la población, ya que el perfil del usuario objetivo se encuentra en su tardía adolescencia o joven adultez [2]. Por el otro lado, los usuarios objetivos sufren de soledad en un porcentaje con preocupante tendencia al alza, es decir, más y más jóvenes se sienten cada vez más solos [3]. “Isekai” busca proporcionar un espacio seguro donde los clientes puedan relacionarse con otras personas que comparten uno de sus intereses, los videojuegos, de forma que se creen comunidades alrededor de la marca y de sus establecimientos formando parte fundamental de la vida social de los usuarios.

Para abordar sus objetivos, el negocio se centrará en tres servicios y un producto:

- **Hostelería:** El servicio de bar será la principal fuente de ingresos del negocio. Se recabarán datos de las ventas.
- **Zona de juego:** El servicio de alquiler de equipos por hora será la fuente secundaria de ingresos. Se recabarán datos para cada usuario de horas de juego y juegos jugados.
- **Eventos:** El servicio de eventos tendrá como objetivo la fidelización de los clientes y la creación de una comunidad así como de una marca propia.
- **MyIsekai:** Producto software web y app móvil para los clientes, con registro de usuario, compra online de productos del bar y de horas para los equipos, historial de compras, consulta de horas restantes, carta de productos, registro en eventos, noticias, redes sociales y atención al cliente.

Con estas herramientas, cada instancia de “Isekai” iniciará con un estado base según un diseño general de bar gaming, el cual se debe ir adaptando y personalizando a la comunidad que se cree en cada localización. Por ejemplo, puede que en dos establecimientos distintos se creen comunidades las cuales se centren en distintos videojuegos, cada “Isekai” se debe adaptar y favorecer localmente a dicho interés para mejor integrar sus comunidades. Esto también debe aplicarse al hardware disponible, productos del bar, horarios y eventos del local.

Además, tenemos dos objetivos concretos para el bar y las zonas de juego. Para el primero, debemos intentar captar el sector joven de la sociedad el cual cuenta con un menor presupuesto para ocio optando por reducir los precios, aunque esto conlleve a una menor calidad del producto en comparación a otros miembros de la hostelería (dentro de lo razonable). Para las zonas de juego, el objetivo es maximizar el uso de estos recursos de forma que estén desocupados el menor tiempo posible.

Tanto a nivel corporativo como a nivel de establecimiento “Isekai” se organiza en 5 áreas de negocio:

- **Marketing:** Esta área engloba Redes Sociales, Publicidad, Relaciones con la Comunidad, Gestión de Eventos y Atención al Cliente.
- **Finanzas:** Esta área engloba Contabilidad, Presupuestos, Análisis Financiero, Reportes Financieros y Estrategia de Precios y Costes.
- **Operaciones:** Esta área engloba Gestión de Bar y Área de Juego y Logística de Inventarios.
- **Tecnología:** Esta área engloba Desarrollo y Mantenimiento Software y Soporte Técnico.
- **Dirección:** Esta área engloba Planificación Estratégica, Toma de Decisiones, RRHH, Relaciones Públicas y Externas.

La mayor inspiración para la adaptación a la clientela, creación de una comunidad y destacarse en precios bajos ha sido el establecimiento Afterlife e-Sport Bar [\[4\]](#) en Barcelona.

Objetivos de negocio

Marketing

CSF: Aumentar el reconocimiento de la marca y la fidelización de los clientes. Este apartado es central para el crecimiento del proyecto de un único establecimiento a una entidad que abarque todo el territorio.

- PI_M_1: Tasa de “engagement” o interacción en redes sociales.
- PI_M_2: Número de participantes en eventos y promociones.
- PI_M_3: Tasa de fidelización de clientes.

Finanzas

CSF: Optimizar la rentabilidad y eficiencia de los recursos. Muy importante para el correcto funcionamiento del negocio y tener la capacidad de tener precios competitivos.

- PI_F_1: Margen de beneficio neto.
- PI_F_2: Liquidez mensual orientada al Flujo de Caja Disponible (OCF).
- PI_F_3: Retorno sobre la inversión (ROI) de los eventos.

Operaciones

CSF: Optimización de la gestión operativa y la experiencia del cliente. Esta es la base del negocio, el buen funcionamiento del bar y de las zonas de juego asegura la rentabilidad del proyecto.

- PI_O_1: Tiempo de espera promedio al pedir al bar en “Mylsekai”.
- PI_O_2: Tasa de ocupación de las zonas de juego.
- PI_O_3: Calificación promedio de satisfacción del cliente.
- PI_O_4: Tiempo promedio de apertura y cierre del establecimiento.

Tecnología

CSF: Alta disponibilidad de los equipos y “Mylsekai”. Aunque el ingreso principal del proyecto es el bar y este no requiere de los equipos o de “Mylsekai” para producir ingresos, es vital para diferenciarse y mantener el atractivo del negocio.

- PI_T_1: Tiempo de inactividad de “Mylsekai”.

- PI_T_2: Tiempo promedio para la solución de incidentes software y hardware en los equipos.
- PI_T_3: Calificación promedio de la satisfacción de los usuarios de “Mylsekai”.

Dirección

CSF: Desarrollo estratégico y crecimiento sostenible del negocio. La dirección de los establecimientos debe ser flexible y adaptativa, mientras que la corporativa debe ser ambiciosa sin entorpecer las operaciones diarias.

- PI_D_1: Tasa de crecimiento anual.
- PI_D_2: Calificación promedio de la satisfacción de los empleados.
- PI_D_3: Porcentaje de retención de empleados.

Tabla de Síntesis

A continuación, se incluye la Tabla de Síntesis con la descripción de todos los PIs descritos en esta sección:

| Área | Factor Crítico de Éxito | Identificador de Indicador | Indicador | Tipo de Indicador | Meta | Acción Sugerida |
|-------------|--|----------------------------|--|-------------------|--------------------|---|
| Marketing | Aumentar reconocimiento de marca y fidelización | PI_M_1 | Tasa de “engagement” en redes sociales | Cuantitativo | Incrementar | Mejorar el contenido y estrategia digital |
| Marketing | Aumentar reconocimiento de marca y fidelización | PI_M_2 | Número de participantes en eventos y promociones | Cuantitativo | Incrementar | Organización de eventos atractivos |
| Marketing | Aumentar reconocimiento de marca y fidelización | PI_M_3 | Tasa de fidelización de clientes | Cuantitativo | Mantener alta | Programas de lealtad y promociones |
| Finanzas | Optimizar rentabilidad y eficiencia de recursos | PI_F_1 | Margen de beneficio neto | Cuantitativo | Optimizar | Control de costes y estrategias de ingresos |
| Finanzas | Optimizar rentabilidad y eficiencia de recursos | PI_F_2 | Liquidez mensual (OCF) | Cuantitativo | Mantener saludable | Gestión eficiente del flujo de caja (OCF) |
| Finanzas | Optimizar rentabilidad y eficiencia de recursos | PI_F_3 | ROI de eventos | Cuantitativo | ROI positivo | Evaluación y ajuste de eventos |
| Operaciones | Optimización de la gestión operativa y experiencia | PI_O_1 | Tiempo de espera en “Mylsekai” | Cuantitativo | Reducir | Mejoras en la capacidad de servicio del bar |
| Operaciones | Optimización de la gestión operativa y experiencia | PI_O_2 | Tasa de ocupación de zonas de juego | Cuantitativo | Maximizar | Estrategias de asignación y limpieza |

| | | | | | | |
|-------------|--|--------|---|--------------|---------------|--|
| Operaciones | Optimización de la gestión operativa y experiencia | PI_O_3 | Calificación de satisfacción del cliente | Cualitativo | Mantener alta | Mejoras continuas en servicio y oferta |
| Operaciones | Optimización de la gestión operativa y experiencia | PI_O_4 | Tiempo de apertura y cierre | Cuantitativo | Optimizar | Eficiencia en procesos operativos |
| Tecnología | Alta disponibilidad de equipos y "Mylsekai" | PI_T_1 | Tiempo de inactividad de "Mylsekai" | Cuantitativo | Minimizar | Mantenimiento proactivo y soporte |
| Tecnología | Alta disponibilidad de equipos y "Mylsekai" | PI_T_2 | Tiempo de resolución de incidentes en equipos | Cuantitativo | Minimizar | Mejoras en el proceso de soporte técnico |
| Tecnología | Alta disponibilidad de equipos y "Mylsekai" | PI_T_3 | Satisfacción de usuarios de "Mylsekai" | Cualitativo | Mantener alta | Mejora continua de la plataforma |
| Dirección | Desarrollo estratégico y crecimiento sostenible | PI_D_1 | Tasa de crecimiento anual | Cuantitativo | Incrementar | Estrategias de expansión y diversificación |
| Dirección | Desarrollo estratégico y crecimiento sostenible | PI_D_2 | Satisfacción de empleados | Cualitativo | Mantener alta | Programas de desarrollo y bienestar |
| Dirección | Desarrollo estratégico y crecimiento sostenible | PI_D_3 | Porcentaje de retención de empleados | Cuantitativo | Mantener alta | Estrategias de retención de talento |

Diseño lógico

Los almacenes de datos y su explotación es una de las principales vías de diferenciación de "Isekai" en el mercado de los bares gaming. Aunque muchos establecimientos de hostelería de forma intuitiva se adaptan en cierta medida a los gustos de la clientela, con este proyecto se pretende ir un paso más allá y poder actuar con seguridad e incluso predecir reacciones a nuevos títulos en el mercado de videojuegos para crear campañas que se adapten a los usuarios.

Procesos de negocio

Ventas en el Bar

- **Descripción:** Registro detallado de cada producto vendido en el bar, incluyendo información sobre el momento de la venta, el producto, el precio, la cantidad y, si es posible, el cliente.
- **Granularidad:** Transacción individual (cada compra).
- **Tasa de Refresco:** Cada 6 horas. Así se permite la corrección de la caja para facilitar el servicio de "Mylsekai" y al mismo tiempo si hay un error no se pierde todo el día.

- **Tipo de Tabla de Hecho:** Tabla de hechos transaccionales.
- **Medidas:**
 - **Ingresos Totales por Producto:** Calculados como Precio * Cantidad.
 - **Número Total de Productos Vendidos:** Calculado por la cantidad total vendida.
 - **Número de Transacciones:** Calculado como el total de ventas individuales.

Uso de la Zona de Juego

- **Descripción:** Registro del uso de las zonas de juego por los clientes, incluyendo al usuario, hora de inicio y hora de fin, equipo usado, y una lista de videojuegos jugados con sus propias horas de inicio (la hora fin es la de inicio del siguiente o la de fin de sesión).
- **Granularidad:** Cada sesión de juego ininterrumpida.
- **Tasa de Refresco:** Al final de cada sesión. No hay posibilidad de edición de las sesiones.
- **Tipo de Tabla de Hecho:** Tabla de hechos acumulativos.
- **Medidas:**
 - **Duración de la sesión:** Calculado como Tiempo final - Tiempo inicial.
 - **Coste de la sesión:** Calculado como el sumatorio de Costes por hora x Duración de la sesión por tramos (los precios pueden variar por hora y día, por lo que el coste debe actualizarse acorde a esto, P.E. de 16:00 a 20:00 cuesta 1,5€ la hora, de 20:00 a cierre cuesta 2€ la hora y el usuario juega de 19:00 a 21:00, pagando 1 hora * 1.5€/h + 1 hora * 2€/h = 3.5€ la sesión).

Eventos

- **Descripción:** Registro de cada instancia de evento realizado, reflejando su tipo, fecha, participantes, premios, equipos usados y resultados.
- **Granularidad:** Cada instancia de evento realizado.
- **Tasa de Refresco:** 48 horas tras el evento. Esto ofrece un tiempo de gracia para resolver premios y encuestas de satisfacción.
- **Tipo de Tabla de Hecho:** Tabla de hechos transaccional.
- **Medidas:**
 - **Tipo de evento más popular:** Calculado como el tipo de evento con mayor media de participantes.
 - **Nivel de satisfacción promedio:** Calculado como la media de las puntuaciones de las encuestas de satisfacción de los participantes.

Dimensiones

Tiempo

- **Descripción:** Representa la medida del tiempo en diferentes granularidades para facilitar el análisis de datos.
- **Compartida:** Ventas en el Bar, Uso de la Zona de Juego, Eventos.
- **Atributos:**
 - **Fecha (Date):** La fecha exacta del evento o transacción.
 - **Hora (Time):** Hora específica del día.
 - **Día (Integer):** Día del mes.
 - **Mes (Integer):** Mes del año.
 - **Año (Integer):** Año.
- **Lentamente Cambiante:** No.
- **Jerarquías de Atributos:** Año > Mes > Día > Hora.

Tipo de Evento

- **Descripción:** Clasifica los eventos en distintas categorías.
- **Compartida:** Eventos.
- **Atributos:**
 - **ID Tipo Evento (Integer):** Identificador único del tipo de evento.
 - **Tipo (String):** El tipo de evento (P.E. Torneo, Liga, Noche Temática, Concurso cosplay)
 - **Descripción (String):** Descripción del tipo de evento.
- **Lentamente Cambiante:** No.
- **Jerarquías de Atributos:** No.

Recompensas

- **Descripción:** Tipos de recompensas aplicables a eventos.
- **Compartida:** Eventos.
- **Atributos:**
 - **ID Premio (Integer):** Identificador único de la recompensa.
 - **Tipo (String):** El tipo de recompensa (P.E. Monetario, en especie de bar, en especie de zona de juegos, merchandising)
 - **Descripción (String):** Descripción de la recompensa.
- **Lentamente Cambiante:** No.
- **Jerarquías de Atributos:** No.

Cliente

- **Descripción:** Información detallada sobre los clientes.
- **Compartida:** Ventas en el Bar, Uso de la Zona de Juego.
- **Atributos:**
 - **ID Cliente (Integer):** Identificador único para cada cliente.
 - **Nombre (String):** Nombre del cliente.
 - **Apellido1 (String):** Apellido1 del cliente.
 - **Apellido2 (String):** Apellido1 del cliente.
 - **Nickname (String):** Apodo del cliente.
 - **Fecha nacimiento (Integer):** Fecha de nacimiento del cliente.
 - **Género (String):** Género del cliente.
 - **Pronombres (String):** Pronombres preferidos del cliente.
- **Lentamente Cambiante:** Si, para el nombre, apellido1, apellido2, nickname, género y pronombres. Tipo 2 (mantener historial)
- **Jerarquías de Atributos:** No.

Producto

- **Descripción:** Información sobre los productos disponibles en el bar.
- **Compartida:** Ventas en el Bar.
- **Atributos:**
 - **ID Producto (Integer):** Identificador único del producto.
 - **Nombre (String):** Nombre del producto.
 - **Tipo (String):** Tipo de producto (bebida, comida, etc.).

- **Proveedor (String):** Tipo de producto (bebida, comida, etc.).
 - **Precio (Decimal):** Precio del producto.
- **Lentamente Cambiante:** Si, para nombre, proveedor y precio. Tipo 2 (mantener historial).
- **Jerarquías de Atributos:** No.

Tipo de Equipo

- **Descripción:** Clasifica los equipos usados en la zona de juego.
- **Compartida:** Uso de la Zona de Juego.
- **Atributos:**
 - **ID Equipo (Integer):** Identificador único del equipo.
 - **Tipo (String):** Tipo de equipo (Ordenador, Consola).
 - **Descripción (String):** Descripción o modelo del equipo.
- **Lentamente Cambiante:** No.
- **Jerarquías de Atributos:** No.

Videojuego

- **Descripción:** Representa la medida del tiempo en diferentes granularidades para facilitar el análisis de datos.
- **Compartida:** Uso de la Zona de Juego.
- **Atributos:**
 - **ID Videojuego (Integer):** Un identificador único para cada videojuego.
 - **Nombre (String):** El nombre del videojuego.
 - **Compañía (String):** La compañía desarrolladora o editora del videojuego.
 - **Tipo de Videojuego (String):** El género del juego (Shooter, acción, peleas).
 - **Es Multijugador (Boolean):** Un indicador de si el juego es multijugador (verdadero/falso).
- **Lentamente Cambiante:** No.
- **Jerarquías de Atributos:** No.

Cálculo de los indicadores a partir del diseño lógico

| Identificador Indicador | Indicador | Proceso de Negocio | Descripción del Cálculo |
|-------------------------|--|--------------------|---|
| PI_M_1 | Tasa de “engagement” en redes sociales | No modelado | No se ha modelado el proceso correspondiente. |
| PI_M_2 | Número de participantes en eventos y promociones | Eventos | Se calcula sumando el número de participantes registrados en cada evento en la tabla de hechos de Eventos. |
| PI_M_3 | Tasa de fidelización de clientes | Ventas en el Bar | Se calcula analizando la frecuencia de compras de clientes individuales en la tabla de hechos de Ventas en el Bar. |
| PI_F_1 | Margen de beneficio neto | Ventas en el Bar | Se calcula sumando los ingresos por producto y restando los costos asociados de la tabla de hechos de Ventas en el Bar. |
| PI_F_2 | Liquidez mensual (OCF) | No modelado | No se ha modelado el proceso correspondiente. |

| | | | |
|--------|---|-------------------------|---|
| PI_F_3 | ROI de eventos | Eventos | Se calcula comparando los ingresos generados por eventos con los costos asociados a su realización en la tabla de hechos de Eventos. |
| PI_O_1 | Tiempo de espera en "Mylsekai" | No modelado | No se ha modelado el proceso correspondiente. |
| PI_O_2 | Tasa de ocupación de zonas de juego | Uso de la Zona de Juego | Se calcula mediante la proporción de tiempo que las zonas de juego están en uso en comparación con el tiempo disponible total, basado en la tabla de hechos de Uso de la Zona de Juego. |
| PI_O_3 | Calificación de satisfacción del cliente | Eventos | Se calcula como el promedio de las calificaciones de satisfacción de los clientes obtenidas en las encuestas post-evento, recogidas en la tabla de hechos de Eventos. |
| PI_O_4 | Tiempo de apertura y cierre | No modelado | No se ha modelado el proceso correspondiente. |
| PI_T_1 | Tiempo de inactividad de "Mylsekai" | No modelado | No se ha modelado el proceso correspondiente. |
| PI_T_2 | Tiempo de resolución de incidentes en equipos | No modelado | No se ha modelado el proceso correspondiente. |
| PI_T_3 | Satisfacción de usuarios de "Mylsekai" | No modelado | No se ha modelado el proceso correspondiente. |
| PI_D_1 | Tasa de crecimiento anual | No modelado | No se ha modelado el proceso correspondiente. |
| PI_D_2 | Satisfacción de empleados | No modelado | No se ha modelado el proceso correspondiente. |
| PI_D_3 | Porcentaje de retención de empleados | No modelado | No se ha modelado el proceso correspondiente. |

Bibliografía

1. Europa Press. (s. f.). El salario medio en España pierde un 4% de poder adquisitivo en 2022 por la inflación, según Adecco. europapress.es.
<https://www.europapress.es/economia/noticia-salario-medio-espana-pierde-poder-adquisitivo-2022-inflacion-adecco-20230720093450.html>
2. Portaltic, & Portaltic. (s. f.). El perfil del «gamer» en España, cuarto país europeo con mayor penetración de videojuegos. europapress.es.
<https://www.europapress.es/portaltic/videojuegos/noticia-perfil-gamer-espana-cuarto-pais-europeo-mayor-penetracion-videojuegos-20210322152736.html>
3. Europa Press. (s. f.-b). La soledad no deseada entre los jóvenes españoles: dos de cada diez se sienten solos. europapress.es.
<https://www.europapress.es/epsocial/infancia/noticia-soledad-no-deseada-jovenes-espanoles-dos-cada-diez-sienten-solos-20230810152650.html>
4. Afterlife Esports Bar. (2022, 27 Abril). AFTERLIFE ESPORTS GAMER BAR » Afterlife Esports Gamer Bar. Afterlife Esports Gamer Bar. <https://www.afterlifebar.com/>