



PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN MAID CAFÉ QUE PERMITA EL ESPARCIMIENTO Y CRECIMIENTO DE LA COMUNIDAD OTAKU DE GUAYAQUIL

Alex Pilamunga Rodríguez

Proyecto de Investigación previo a la Obtención del
Título de Ingeniero Comercial.

**Universidad laica
Vicente Rocafuerte de Guayaquil**

**Tutora:
MGS. Rubio Miranda Ivette**
rubioani@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Alex Pilamunga Rodríguez y Rubio Miranda Ivette (2017): "Propuesta para la creación de un Maid Café que permita el esparcimiento y crecimiento de la Comunidad Otaku de Guayaquil.", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (Agosto 2017). En línea:
<http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/08/propuesta-maid-cafe.html>

RESUMEN

El presente trabajo se basa en el estudio de factibilidad para la creación de un Maid Café, que se ubicará en la parroquia Pedro Carbo, este sector está considerado entre uno de las más importantes de la ciudad debido a sus grandes atractivos turísticos, entre ellos la Plaza Colón, en este lugar se llevan a cabo diversos eventos juveniles, de diferentes subcultura, en especial la denominada Otaku. Mediante la creación e inserción en el mercado de un Maid Café, se pretende captar el nicho Otaku. Con esto se logrará el objetivo de tener un punto de encuentro no tan solo para la comunidad antes mencionada sino también para la ciudadanía y demás personas con estilos de vida diferentes.

Palabras Clave: Meid Café, esparcimiento.

Abstract

The present work is based on the feasibility study for the creation of a Maid Café, which will be located in the parish of Pedro Carbo, this sector is considered one of the most important in the city due to its great tourist attractions, Plaza Colón, in this place are held various youth events, different subculture, especially the so-called Otaku. Through the creation and insertion in the market of a Maid Café, it is intended to capture the niche Otaku. This will achieve the goal of having a meeting point not only for the aforementioned community but also for citizens and other people with different lifestyles.

Key words: Maid Café, creation.

Introducción

En el presente proyecto se pretende desarrollar la creación de un "Maid Café" que permitirá el esparcimiento y crecimiento de la comunidad Otaku de Guayaquil, dado que en la actualidad existe una apertura y aceptación de las autoridades y la población guayaquileña sobre el tema lo cual lleva al desarrollo de eventos para las personas que gustan de este tipo de entretenimiento.

Los Maid cafés son básicamente cafeterías, aunque en estos lugares las meseras son conocidas como Maid y visten trajes que son uniformes de las sirvientas francesas del siglo XIX, además del vestuario, las meseras tienen que actuar como si los clientes fueran sus "amos" o "señores".

Aunque la comida es lo menos importante en estos lugares, no por eso deja de ser buena. Dependiendo del café, puede ser comida japonesa como sushi, onigiris, takoyakis, ramen, calpis y té verde o puede ser comida más básica sándwiches, papas, refrescos o malteadas. Las Maid preparan tus postres y los decoran con dibujitos tiernos de corazones, gatitos, conejitos, ositos, además, cuando te lo entregan, lo hacen con todo su amor para que sepa mejor.

En estos cafés suele haber karaokes, juegos de mesa y videojuegos para que el cliente cante y juegue con las Maid o sus amigos. A veces hay espectáculos en los que las meseras cantan y bailan para entretener a los clientes y hasta hay catálogos para que ellos escojan qué película o anime quieren ver.

Antecedente

Una cafetería, básicamente es un lugar o establecimiento en el cual su objetivo principal es servir café. Por lo general estos lugares también ofrecen otras variedades de bebidas e incluso ciertos tipos de comida con algo de valor agregado.

Los bar cafeterías usualmente tienen características muy distintas entre uno y otro. En ciertos casos, se diferencian por su variedad de comidas que cada uno ofrece, por ende son hasta cierto modo comparables con los restaurantes. Otras de sus diferencias más destacada es por la cantidad de bebidas a disposición de los usuarios o clientes, lo cual se asemeja a un bar. De hecho, en un mismo lugar se puede presentarse como bar, cafetería, bar y restaurante.

Hoy en día es común encontrar cafeterías casi en todos lados, en los cuales haya gran afluencia de gente, tales como los hospitales, universidades, centros comerciales, aeropuerto, etc. Es importante resaltar que independiente de la función inicial que cumple una cafetería que es ingerir bebidas y comidas, las mismas tienen una gran relevancia social, debido a que son utilizadas como puntos de encuentro.

CAFETERÍAS TEMÁTICAS

A mucha gente le gusta lo exótico y lo extraño, les agrada salir de la monotonía y disfrutar de experiencias nuevas y sorprendentes.

Se puede decir que las mismas siempre han existido de forma exclusiva, pero en los últimos años han surgido para hacerse mucho más conocidas, en donde el marketing ha revolucionado con propuestas creativas mezclando el diseño con las novedades culturales y urbanas con el propósito de darle una sacudida a la cafeína.

Entre estas cafeterías tenemos muchos ejemplos entre los cuales resaltan:

- **Neko Café.-** Encontramos que se trata de un concepto moderno, en donde los visitantes pueden disfrutar de una taza de café en compañía felina. fueron creados con el propósito de brindarles a las personas las cuales no pueden tener un gato en casa, la oportunidad de convivir unas horas con ellos o durante el tiempo que deseen.

- **Modern Toilet.-** La temática de esta cadena de restaurantes son los cuartos de baños. De manera que en su decoración las mesas son bañeras tapadas con un cristal y sus sillas son inodoros.
La comida se sirve en una vajilla especial que reproduce todo tipo de sanitarios. Su plato estrella es, sin duda, el postre de helado de chocolate.
- **Snoopy Café.-** Este local rinde tributo a este personaje, el cual fue creado en el año 1950 por Charles Schulz, éste local está decorado con los personajes de la caricatura, dicho local se ofrecen platillos decorados y con forma de los dibujos y bebidas en las que están el beagle y todos sus amigos.
- **Barbie Café.-** Un restaurante con la temática dedicada a la muñeca más famosa del mundo. Ella es el “Barbie Café”, donde todo es de color rosa, este local es único en el mundo. En este local, las camareras lucen siempre en todo momento su mejor sonrisa y su vestimenta es al puro estilo de la muñeca Barbie, es decir con vestidos color rosa y fucsia, medias, tutús y tiaras. Además hay personal masculino con un look al estilo de Ken.
- **Maid Café.-** Las Maid, que como su nombre lo indica, visten como mucamas, ellas son extremadamente adorables y sobre todo amables, están listas para atender nuestras peticiones en todo momento y lugar. Son una especie de Hooters exclusiva para todos aquellos fanáticos de las mujeres vestidas atrevidamente. Éste tipo de cafés son muy comunes y los podemos hallar en cualquier zona comercial de Tokio.

ANÁLISIS DE EMPRESAS PARA LA CREACIÓN DEL MAID CAFÉ

Hooters of America, Inc

Los diferentes conceptos que maneja en este tipo de local son relajado, fresco y sin etiquetas, es decir ningún tipo de protocolos, es un lugar donde a primera vista te llenas de sensaciones que interpretamos como cálido, playero y divertido y la forma en cómo atienden (sensualidad, diversión) e inclusive su comida (picante, crocante, caliente).

Según Maslow, HOOSTERS se centra en suplir una necesidad de aceptación social ya que los clientes desean el afecto proporcionado por las meseras y su particular forma cariñosa de atender al consumidor, luego nos guiamos por una motivación fisiológica de saciar nuestra hambre, deseo u diversión (Granobles, 2009).

Hard Rock International

Todos estos establecimientos están decorados con objetos de culto del rock como guitarras de grupos famosos, a la vista realmente resultan sensacionales para todos aquellos que se inclinan a éste tipo de tendencias.

En relación al diseño de bienes y servicios, este tipo de establecimientos ofrecen comidas, entretenimiento y lo más importante es que es toda una experiencia adquirida.

Starbucks Corporation

- Starbucks, es una empresa que no vende franquicias sino que hace socios.
- Las estrategias de mercado se han expandido hasta crear toda una comunidad que gira en torno a la marca.
- La innovación de Starbucks en cuanto a menú es tan extensa que cuentan con un menú secreto que sólo sus principales cafeterías manejan.

Sweet & Coffee

- Armar un concepto: “no es inventar un producto nuevo, sino crear un concepto novedoso”

- Priorizar el ambiente de los locales: no prestar atención al ambiente y dejarlo como secundario es imperdonable en un local, porque los clientes buscan además de calidad y buen servicio.
- Los proveedores: socios y aliados de tipo estratégicos.
- Impresionar desde el comienzo: Los clientes, en sus primeras visitas jamás perdonan la mala calidad del producto.
- Capacitar al personal: Toda empresa debe tener una política y cultura de capacitación y formación de líderes.

SÍNTESIS

Como se podido observar en las empresas antes mencionadas estas poseen muchas similitudes en cuanto a estrategias se refieren, dentro del campo nacional podemos resaltar a Sweet & Coffe, que al igual que Starbucks, posee un fuerte interés, no sólo en ser un producto sino en convertirse en ese pensamiento que no desaparece de la mente del cliente, en palabras de Starbucks “ser el tercer lugar”, en palabras de Sweet and Coffe “ser un concepto que la gente ame y disfrute”, por lo tanto no es de extrañar su éxito sostenido a lo largo de sus trayectorias, como cafeterías han colocado un listón muy alto tanto en el mundo como en el territorio nacional.

Siguiendo con el análisis Hooters y Hard Rock Café, se diferencian un poco de los casos anteriores y aunque Hard Rock es una cafetería, su enfoque es más similar a un restaurante temático al igual que Hooters, los dos se centran en el impacto visual y psicológico que logran transmitir al cliente desde la entrada a su establecimiento hasta servir un plato y disfrutar de la comida. Los meseros que forman parte de Hard Rock Café y las lindas chicas de Hooters llenan de mucha alegría sus respectivos establecimientos, son gente apasionado por lo que hacen y con mucho interés por hacerle pasar al cliente un momento agradable.

Por último, las cuatro empresas son de gran referencia para elaborar el modelo estratégico del Maid Café, debido a que comparten su desmedido interés por el cliente, sólidas políticas de calidad, diseño de un concepto propio, énfasis en diseño del establecimiento como carta de presentación y un personal ajustable al tipo de servicio que se brinda.

MARCO CONCEPTUAL

Otaku

Apareció en el registro coloquial moderno en los años ochenta. En la jerga moderna del Japón, el término Otaku se refiere a un fan de cualquier tema en particular. Los Otaku fuera de Japón centran sus intereses en el manga y anime, pero también se expanden a otros gustos como los videojuegos.

Gamer

El gamer es un videojugador que tiene gran pasión e interés por jugar y saber acerca de videojuegos, y su principal interés, además de disfrutar el videojuego, es terminarlo con altos records y aprovechar completamente el mismo; diferenciándose así, del denominado videojugador casual, que solo juega por jugar o para pasar un momento de diversión sin grandes metas, en algunos casos tratar de terminar el videojuego.

Cosplay

Contracción de costume play (juego de disfraz), es un tipo de moda representativa, donde los participantes usan disfraces, accesorios y trajes que representan un sujeto específico o una idea.

Anime

Abreviatura de Animēshon, es la traducción japonesa de la palabra "animación". Su uso por parte del público extranjero es para referirse a la animación concretamente japonesa. El anime al igual que las series de Disney tiene gran relevancia dentro de la cultura japonesa.

Manga

Es la palabra japonesa para designar a las historietas en general. Fuera de Japón se utiliza tanto para referirse a las historietas de origen japonés como al estilo de dibujo utilizado en el manga.

Metodología

Diseño metodológico de la Investigación

La metodología de éste trabajo investigativo, básicamente se establece con la finalidad de satisfacer con los objetivos planteados anteriormente, para lo cual se va a utilizar una serie de procedimientos y técnicas, las mismas que serán factibles para ejecutar los objetivos requeridos.

Este trabajo inicia con una investigación exploratoria para determinar las características que debe tener este negocio en Guayaquil y que sean similares a las de un Maid Café. Es menester realizar este tipo de investigación debido a que el tipo de negocio aun no sido explorado en Guayaquil.

Posteriormente se debe realizar una investigación descriptiva, debido que aún en este mercado no existe el tipo de negocio propuesto, ni se conocen las reacciones del público ante la creación del mismo, se debe investigar acerca de los gustos y preferencias de los posibles consumidores, para ello, es necesario realizar una encuesta sobre la demanda o la aceptación que tendría el Maid café.

Enfoque de la investigación

Es cuantitativo, debido a que se realizarán encuestas a ciertos números de personas jóvenes propias de la comunidad y a conocedores del tema, las que serán tabuladas y procesadas para obtener gráficos estadísticos ilustrativos.

Población

La población estimada para el estudio es de 3000, información publicada en el diario el Comercio impresa en el año 2015, la cual fue proporcionada por el señor Alfredo García presidente del Comic Club de Guayaquil.

Muestra

Utilizando la fórmula para población finita, se obtuvo una muestra de 150 personas, las cuales sujetos a la investigación mediante el uso de encuestas y observación directa.

Análisis de resultados observación

- Los resultados están obtenidos entre: Otakus, Gamers y Aficionados. Los gamers, no gustan mucho de este tipo de establecimiento, sin embargo, como estrategia se plantea realizar torneos de videojuegos cada cierta temporada, para así captar su atención; el grupo de los aficionados, disfrutará en el Maid Café actividades dirigidas por las Maids como: coreografías de baile de grupos coreanos y japoneses, juegos en grupos, y podrán conocer más sobre la cultura japonesa.
- El objetivo primordial del Maid Café es ser un lugar de sana diversión el cual pueda acoger a todo tipo de personas, pero sin olvidar que su temática y estrategias están destinadas a la comunidad Otaku y su crecimiento.
- El Maid Café en la ciudad de Guayaquil deberá estar en un lugar donde visible donde concurren jóvenes de la comunidad, esto permitirá segmentar y orientar la visión y estrategias del negocio, como se aprecia en los resultados que los jóvenes prefieren ir en compañía de otros jóvenes, con esto no se está menospreciando a la gente mayor ni a los niños, sólo se está aclarando cuál es el mercado meta.

Descripción

Para muchos chicos y chicas que se autodefinen Otaku puede ser algo complicado encontrar lugares aptos para sus intereses más allá de algunas convenciones, por esta razón se realiza esta propuesta, la de diseñar Ananay Maid café: en el cual se podrá pasar un momento agradable con conocidos en un ambiente jovial con señoritas vestidas de Maid, las cuales los atenderán con toda la cortesía y la amabilidad posible.

Mientras espera la orden podrá hacer uso del área de videos juegos, donde se divertirá junto a la Maid que le ha sido asignada a su mesa, sino prefiere este tipo de distracciones también existe la opción de juegos de mesa, los cuales también jugaran acompañados por la Maid.

Ananay Maid Café dispondrá asimismo de una reconfortante estancia, la cual contará con cómodos sofás y una amplia biblioteca donde podrás elegir libros del momento, mangas y comics, todo está pensado para que disfrute y se relaje con una buena lectura.

En el lugar también habrán: concursos, eventos tradicionales de Japón, música en vivo de artistas invitados del género K-pop y J-pop, además de la participación de actores de voz de los animes más destacados. El mercado al que se tiene pensado dirigirse se encuentra entre las edades de 18 y 35 años, que son un nicho de personas jóvenes las cuales no tienen mayor resistencia al cambio, con esto no se pretende excluir a las personas que no entran en el rango expuesto.

Además se considera orientarse a grupos diversos de personas, no sólo el nicho Otaku, porque puede haber personas que no conocen del tema y se muestren interesadas en la propuesta del Maid Café.

Adicionalmente se tratará acerca de la cultura Otaku, el manga, anime y cómo éstos han tenido un impacto considerable en la sociedad japonesa que es de donde se tomó la idea del Maid Café, esta parte es muy válida, ya que las personas que no conocen nada del tema podrían verse interesadas al interactuar y conocer más gente que tiene este tipo de sano interés.

El propósito de esta propuesta es que aparte de la creación del Maid Café la comunidad Otaku tenga una buena acogida en la sociedad de Guayaquil y se sienta más identificada y acepte mejor esta tendencia que está teniendo más relevancia en la gente joven debido al crecimiento del internet.

Conclusiones

Una vez realizada la evaluación del proyecto para la creación de un Maid Café que permita el esparcimiento y crecimiento de la comunidad Otaku de la ciudad de Guayaquil, se puede considerar como conclusión que es una alternativa bastante viable, en los estudios realizados se obtuvieron resultados alentadores. Y las personas que fueron parte de la encuesta, se mostraron con un alto grado de aceptación hacia la propuesta.

En cuanto a la parte financiera podemos decir que el proyecto es viable, ya que se estiman un VAN OPTIMISTA el cual es \$348.855,00. y una TIR de 102 %.

Adicionalmente se realizó un análisis de sensibilidad en donde también se obtuvo un VAN CONSERVADOR de \$ 266.916,91 y una TIR de 68,4%.

Ananay Maid Café incidirá positivamente en la comunidad Otaku, debido a que cumple con las necesidades de este grupo de jóvenes que buscan reunirse en el lugar que sea un punto de encuentro al cual puedan llamar suyo, un lugar donde se pueden esparcir y recrearse sanamente, disfrutando de una sana lectura, rodeado de un ambiente jovial con varios tipos de personas no solo de su misma comunidad, con los cuales tendrán buenos encuentros de ideas,

Por lo dicho anteriormente, se puede concluir que el planteamiento de la creación de este local, representa un gran aporte hacia estos jóvenes deseosos de aventurarse a cosas nuevas y enfrentar el mundo con sus desafíos incluidos.

Recomendaciones

Se recomienda la puesta en ejecución del presente proyecto de factibilidad para creación de un Maid Café para la comunidad Otakus de Guayaquil ubicado en el sector centro de la ciudad.

En lo posible se sugiere analizar la posibilidad de abrir la cafetería todos los días y durante los 365 días del año y de manera exclusiva los fines de semana, en el cual se muestra la variedad como punto sobresaliente de Maid Café, con el objetivo de captar y aumentar la clientela, también se recomienda expandir el menú hacia sabores exóticos y sanos que capten la rápida atención de la gente joven deseosa de cosas nuevas.

Referencias

- Franquicias de cafe. (2014). El Comercio. (2015). Publicidad Pixel. (28 de Mayo de 2015). Entrepreneur. (2016). Asiático, T. (2012). Teatro Asiático. Berger, L. (2010). La metodología. Café, M. d. (Mayo de 2010). La historia de las cafeterías. Castellanos, M. A. (21 de Mayo de 2011). Inicianet. D. Menkes. (2012). La cultura juvenil otaku: expresión de la posmodernidad. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 10(1), pp 51-62. Diario El Comercio. (1 de Abril de 2015). La comunidad anime de Guayaquil salió en defensa de 'Dragon Ball Z'. Druker, P. (10 de Abril de 2013). Empresario innovador. El Telegrafo . (01 de 12 de 2013). Emprendedores. (18 de Enero de 2016). Plan de negocios . Estadística. (s.f.). Calculadoras y Estadística. Expat. (28 de enero de 2015). Possible Plans for a Hooters . RGranobles, L. (19 de 11 de 2009). Psicología del consumidor. INEC. (2010). Mi experiencia en un maid cafe o café de sirvientas. Martinez, G. (24 de Septiembre de 2012). Blogspot. Ministerio de Salud Pública. (10 de Mayo de 2012). Ministerio de Salud Pública. Recuperado el 17 de Octubre de 2014, NACIONAL, E. C. (2006). LEY ORGANICA DE SALUD. Quito. negocios, P. (Julio de 2009). REGLAMENTO SUSTITUTIVO PARA PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO. (13 de Marzo de 2014). Rosa, M. (22 de 01 de 2011). Selecccion del personal.