



# Cócteles experienciales

Cuando las palabras se convierten en bebidas

FINANCIA:



GENERALITAT  
VALENCIANA

ACI.  
ARA.

IVACE+i

COORDINA:



Centro Europeo de  
Empresas e Innovación  
de Elche

# Resumen Ejecutivo

Glass and Words busca reducir las barreras para quienes se sienten intimidados por los bares tradicionales, a la vez que destaca la versatilidad de la coctelería. «Mucha gente está interesada en los bares, pero se siente insegura al entrar», afirma Suntory.

En un momento en que las interacciones presenciales siguen disminuyendo, la marca ha creado una experiencia con pasos sencillos comunicados con antelación.

Para quienes se sienten completamente cómodos en el mundo digital, pero podrían preocuparse por las normas y pautas sociales desconocidas en los espacios presenciales, el concepto ofrece un marco y una puerta de entrada accesible.



# Resumen Ejecutivo



## Reducción de Barreras

Glass and Words elimina la intimidación que sienten muchos al entrar en bares tradicionales.



## Experiencia Estructurada

Pasos sencillos comunicados con antelación para crear confianza en el visitante.



## Puente Digital -Físico

Ideal para quienes se sienten cómodos en lo digital pero inseguros en espacios físicos.



# Descripción del Caso



## Selección Emocional

Visitantes eligen una emoción en la sala de cristal entre copas vacías.



## Entrega Personal

El Cliente lleva su copa al barman que prepara un cóctel personalizado.



## Explicación Sensorial

El barman explica los ingredientes y su relación con la emoción elegida.



## Experiencia Completa

Precio de 1000 JPY por bebida alcohólica o no alcohólica.





# Tendencias Relacionadas

## Información Informal

Comunicación rápida y divertida que trasciende el ruido digital. Habla el idioma del consumidor moderno.

## Tejidos Sociales

Desarrollar la confianza más allá de la pantalla . Interacción cara a cara en caída libre. Adolescentes han reducido su tiempo social presencial casi a la mitad.

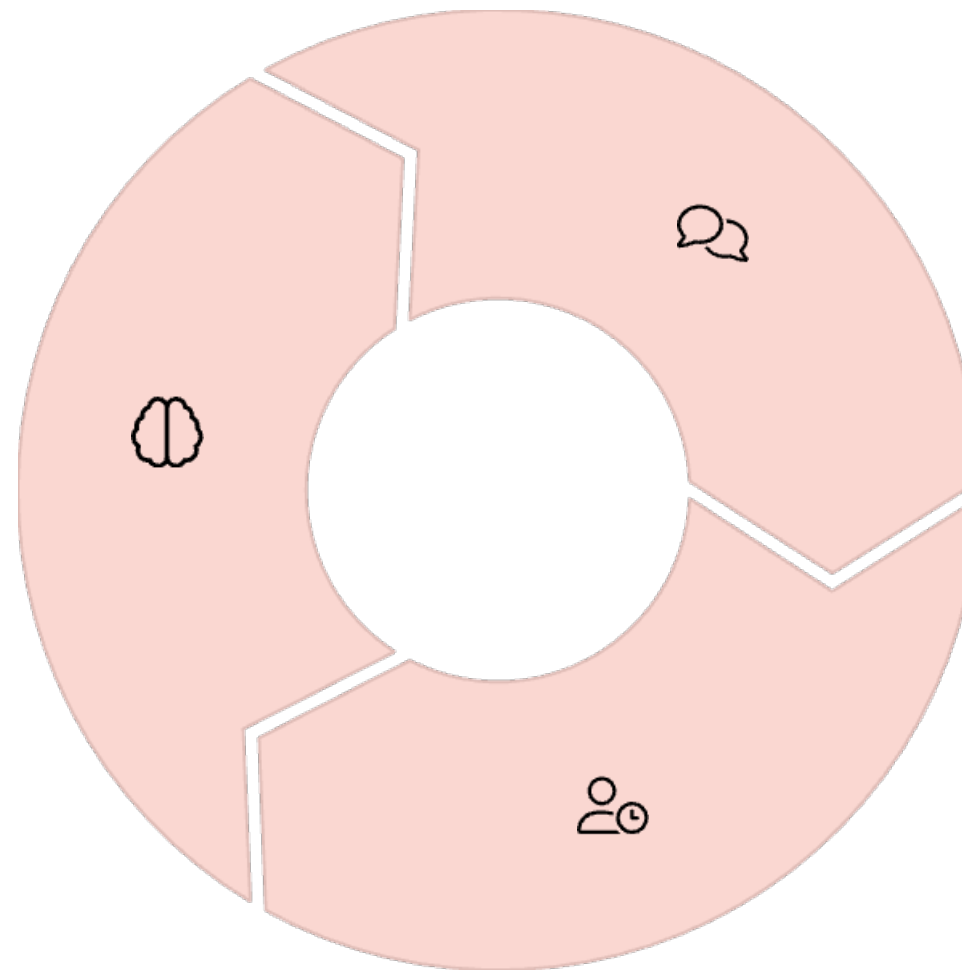
## Emergencia

Lo temporal añade sorpresa y urgencia. Experiencias efímeras generan mayor interés y participación del consumidor.

# ¿Por Qué Ahora?

## Inteligencia Natural

Avances en IA permiten comunicación conversacional más auténtica con los consumidores.



## Economía de Mensajería

Crecimiento de apps como WhatsApp genera expectativas de información digital informal.

## Déficit Aumentado

Uno de cada cinco jóvenes con ansiedad social no reconoce sus síntomas.

# Factores Sociales Emergentes



## Agitación Familiar

46% reporta aumento de conflictos familiares, afectando habilidades sociales básicas.



## Brecha Laboral

60% de empresas despide a recién graduados por falta de normas sociales.



## Atractivo Pop -Up

Consumidores buscan experiencias únicas y extravagantes delicias efímeras y les permiten mostrar un poco de amor local por encima de lo distante, lo no histórico y lo producido en masa.

# Oportunidades

## La Emoción Importa

Juega con el tono para hacer tu información más efectiva. Habla el lenguaje emocional del consumidor.

## Personificar

Mejora tu servicio con personalidad auténtica. No busques ser amigo, sino ofrecer experiencias genuinas.

## Pasarelas Sintéticas

Crea con IA herramientas digitales que ayuden a usuarios a navegar puntos de contacto estresantes con confianza.

## Soledad por Diseño

Mejora experiencias solitarias mientras creas oportunidades de conexión que respetan límites individuales.



# Expectativas

**85%**

## Satisfacción

Clientes que recomendarían la experiencia a sus amigos

**3x**

## Engagement

Mayor tiempo de permanencia comparado con bares tradicionales

**70%**

## Repetición

Visitantes que desean repetir la experiencia emocional





# Cooperar para innovar y transformar

[www.sommos-connecta.com](http://www.sommos-connecta.com)

FINANCI



GENERALITAT  
VALENCIANA

ACI.  
ARA.

IVACE+i

COORDINA



Centro Europeo de  
Empresas e Innovación  
de Elche