



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS QUE SE BASA EN BRINDAR UN SERVICIO
DE ALQUILER DE KARTS TEMÁTICO QUE ESTARÁ UBICADO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Ingeniería en Negocios Internacionales

Profesor Guía

Pablo Mauricio Carrera Narváez

Autores

Adrián Stefano Muirragui Romero

Beatriz Gabriela Peralta Santamaría

Año

2016

DECLARACIÓN DE PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con los estudiantes orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los trabajos de titulación”

Pablo Mauricio Carrera Narváz
Master of Business Administration
1711845519

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaramos que este trabajo es original, de nuestra autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se presentaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Adrián Stefano Muirragui Romero
C.I:1724872906

Beatriz Gabriela Peralta Santamaría
C.I:1721404869

RESUMEN

Hoy en día, el crecimiento empresarial y su perduración a lo largo de los años se basa principalmente en brindar un beneficio diferenciador con el que producto o servicio no sea imperceptible ante los ojos del consumidor, es por ello que Kaiser Karting es un centro de entretenimiento que vende a sus clientes adrenalina y la idea de sentirse un campeón. El presente trabajo basado en un plan de negocios enfocado en el alquiler de karts temático llamado Kaiser Karting se ubicará en la ciudad de Guayaquil, dirigido principalmente para las personas de clase media y alta que gusten de deportes mecánicos. Es importante mencionar que actualmente no existe ningún negocio que provea a la población de un servicio de alquiler de go karts en Guayaquil. Los objetivos del presente trabajo son analizar el entorno tanto interno como externo en conjunto con una evaluación financiera adecuada que determine si el plan de negocios propuesto será rentable. Mediante una segmentación de mercado minuciosa donde se obtuvo el mercado meta real, se realizaron entrevistas a expertos que satisficieron varias incógnitas en cuanto a la variedad de costos en los que se incurren al brindar el servicio de alquiler de karts y todos los insumos necesarios tanto dentro como fuera de la pista. Adicionalmente se realizaron encuestas enfocadas en la población objetivo segmentada con anterioridad las cuales arrojaron resultados favorables en cuanto a la frecuencia con la que asistirían al establecimiento. Debido a que el mercado objetivo es un segmento medio y alto, el costo por el servicio irá acorde al mercado. Se reconoció dentro de las encuestas que el clima es un factor importante al momento de hacer uso del servicio tanto para el cliente como para la empresa ya que el cliente va a poder hacer uso de las instalaciones en el día y en la noche convirtiéndose en un factor favorable para la empresa también ya que hay menos desgaste de llantas en climas cálidos y por lo tanto no existirá mucha rotación de llantas anual. La industria del entrenamiento ha ido creciendo constantemente durante la última década, permitiendo que ideas de negocio como Kaiser Karting puedan surgir.

ABSTRACT

Nowadays, business growth and persistence over the years is mainly based on providing a differential benefit that a product or service must have for not being invisible at the eyes of consumers, that is why Kaiser Karting is an entertainment center which sells adrenaline and gives the customer the feeling of a race champion. This degree thesis is based on a business plan focused on a theme rental karts called Kaiser Karting which is located in the city of Guayaquil specifically on Samborondón, specially targeted to people of middle and upper classes who enjoy motor sports. It is important to highlight that in Guayaquil there is not a similar business which provide the population a rental service of go karts. The objectives of these study is to analyze both internal and external environment together with an adequate financial evaluation to determinate whether the proposed business plan will be profitable. A market segmentation was made where the real target market was obtained, at the same time we realized interviews experts who answer several questions regarding the variety of costs incurred in providing the service of rental karts and all necessary inputs that will be needed inside and outside the track. Due to the target market belongs to a medium and high segment, the cost of the service would be at par with the market. It was recognized in the surveys that the weather is an important factor when making use of the service for the customer and the company, the customer will be able to use the facilities during the day and at night becoming a favorable factor for the company also because there is less tire wear in hot climates and therefore there will be no annual high turnover tires. The training industry has been growing steadily over the past decade, allowing business ideas Kaiser Karting arise

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN.....	1
1.1	Justificación del trabajo	1
1.2	Objetivos.....	1
1.2.1	Objetivo general del trabajo.....	1
1.2.2	Objetivos específicos del trabajo.....	1
2	ANÁLISIS DE LOS ENTORNOS.....	2
2.1	Análisis del Entorno Externo.....	2
2.1.1	Entorno Externo.....	2
2.2	Análisis de la industria.....	3
2.2.1	Poder de negociación con los clientes.....	3
2.2.2	Poder de negociación con los proveedores.....	4
2.2.3	Amenazas de nuevos competidores.....	4
2.2.4	Amenaza de productos sustitutos.....	4
2.2.5	Rivalidad entre competidores.....	4
2.3	Tendencias de consumo.....	4
3	ANÁLISIS DEL CLIENTE.....	7
3.1	Investigación Cualitativa y Cuantitativa.....	7
4	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	12
4.1	Descripción de la oportunidad de negocio encontrada, sustentada por el análisis interno, externo y del cliente.....	12
5	PLAN DE MARKETING.....	13
5.1	Estrategia General de Marketing.....	13
5.1.1	Mercado Objetivo.....	13
5.1.2	Propuesta de Valor.....	13
5.2	Mezcla de Marketing.....	14
6	PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	19
6.1	Misión, Visión y Objetivos de la Organización.....	19
6.1.1	Misión.....	19
6.1.2	Visión.....	19
6.1.3	Objetivos.....	19
6.2	Plan de Operaciones.....	19
6.2.1	Planificación del Funcionamiento.....	19
6.3	Estructura Organizacional.....	20
7	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	22
8	CONCLUSIONES GENERALES.....	23

REFERENCIAS	24
ANEXOS.....	25

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ventas Netas Compañías clasificadas en CIU R9321	6
Tabla 2: Segmentación de Mercado Guayaquileño.....	13
Tabla 3: Cuadro de Costos.....	15
Tabla 4: Cuadro de Costos Campeonato	15
Tabla 5: Costos de Promoción	17
Tabla 6: Costos de Publicidad.....	17
Tabla 7: Precio de alquiler de Karts.....	18
Tabla 8: Precio de Campeonatos	18
Tabla 9: Planificación del funcionamiento diario en relación al tiempo	21
Tabla 10: Planificación del funcionamiento en campeonatos en relación al tiempo....	21
Tabla 11: Condiciones de Préstamo.....	22

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Semáforo de las cinco Fuerzas de Porter	3
Figura 2: Gráfico Estadístico Ventas Netas.....	5
Figura 3: Canal de Distribución	18
Figura 4: Estructura organizacional de Kaiser Karting	20

1 CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

El motivo del presente tiene como objeto emplear los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, se ha creado un plan de negocios viable para ponerlo en práctica en el futuro. Es importante mencionar, que es factible el introducir el negocio de alquiler de karts en la ciudad de Guayaquil, ya que no existe ningún otro establecimiento que provea a la población de este servicio en particular. Por otro lado, enfocándose en la cultura del guayaquileño, se puede afirmar que los ciudadanos dedican una parte importante de su tiempo al ocio y llevan una vida nocturna evidente. Adicionalmente, el factor clima juega un papel primordial para la preservación de los carros y evitar así su desgaste ya que se puede aprovechar el calor de la ciudad para que las llantas mantengan la temperatura ideal y reducir el deterioro normal que se da con el constante uso. El poder adquisitivo de las principales ciudades del Ecuador como lo son Guayaquil y Quito aumento favoreciendo así a la industria del entretenimiento ya que la gente va a poder consumir más servicios de entretenimiento en relación al pasado. El servicio de alquiler de karts, se va a poder utilizar tanto en el día como en la noche, como una forma de entretenimiento seguro para compartirlo con los seres queridos o amistades, sin dejar de mencionar que Kaiser Karting no solo busca brindar entretenimiento sino también fomentar el deporte mecánico muy practicado en el exterior empezando por los niños desde su corta edad. El diseño del plan de negocios basado en el alquiler de karts temático llamado Káiser karting no busca ser un alquiler de karts común y corriente, el objetivo es ofrecer a los clientes momentos únicos cargados de adrenalina, con el fin de recrear una experiencia única. Káiser karting busca que los clientes sientan lo que es ser un campeón de verdad y como complemento fomentar la pasión por la práctica de este deporte generando así un hábito de consumo en la población.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general del trabajo

Construir un plan de negocio viable basado en brindar un servicio de alquiler de karts temático ubicado en ciudad de Guayaquil.

1.2.2 Objetivos específicos del trabajo

- Realizar un análisis del entorno tanto interno como externo del negocio.
- Conocer los clientes potenciales mediante la elaboración de un análisis del cliente.
- Conocer a profundidad la oportunidad de negocio.
- Crear un plan de marketing adecuado para el cliente potencial.
- Crear una propuesta filosófica que vaya acorde con el negocio propuesto.
- Elaborar la estructura organizacional del plan de negocio para que sea viable la aplicación del proyecto.
- Evaluar financieramente el plan de negocio con costos reales.

2 CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LOS ENTORNOS

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO

2.1.1 Entorno Externo

Político:

- El Ecuador es un país constitucional, democrático e independiente; donde la soberanía radica en el pueblo. El gobierno posee una ideología izquierdista y busca mejorar las desigualdades sociales con el empleo del gasto público. Desde inicios de la presidencia de Rafael Correa, no ha existido inestabilidad política que comprometiera dicha presidencia. De acuerdo del Índice Global de Paz (IGP), el Ecuador subió de posición, y se ubica en el cuarto puesto más arriba teniendo una mejora en el riesgo interno y terror político. La legislación para la creación de empresas en el país, es otro punto a favor ya que el gobierno trata de incentivar a las pequeñas y medianas empresas. Dentro de los permisos para mantener el establecimiento, está el permiso de bomberos, de funcionamiento, permisos del ministerio de gobierno para garantizar la seguridad interna del consumidor, entre otros. Durante el período presidencial del presidente Rafael Correa, la legislación tributaria ha variado; los impuestos colocados a los ciudadanos dependiendo de su ingreso y que en teoría van direccionados a mejoras para el país; hacen que las personas posean menor poder adquisitivo. Los impuestos varían desde el 5% hasta el 35% para personas que poseen un ingreso anual muy elevado.

Económico:

- Población total de ecuatorianos 16.187.951
- Tasa de desempleo anual en el 2015 es del 5.65 %
- El PIB aproximado 2016 es 104,1 mil millones
- Tasa de Inflación 2016 es del 3.09%
- Costo Canasta Familiar Básica Ecuatoriana \$675.93
- Riesgo país Ecuador: 17,02%

Social:

- En la ciudad de Guayaquil existen alrededor de 2.360.000 personas. La edad promedio de la población es de 29 años entre hombres y mujeres. La población económicamente activa, que en su mayoría posee ingresos y capacidad de pago es de 1.510.312 personas. De acuerdo con el INEC el 83,3% de la población de Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato se encuentran actualmente en un estrato social medio, medio- alto. De acuerdo con la consultora Price Waterhouse, las empresas situadas en Guayaquil buscan mejorar la remuneración de sus empleados, en los sondeos realizados por la consultora, las empresas del litoral incrementarían de 4,84% en el 2014 a 5,09% de la remuneración para el 2015, tendencia que se mantiene. Se busca con ello mejorar el poder adquisitivo de los empleados principalmente de entidades bancarias, industriales, de seguros, de servicios y petroleras.

Tecnológico:

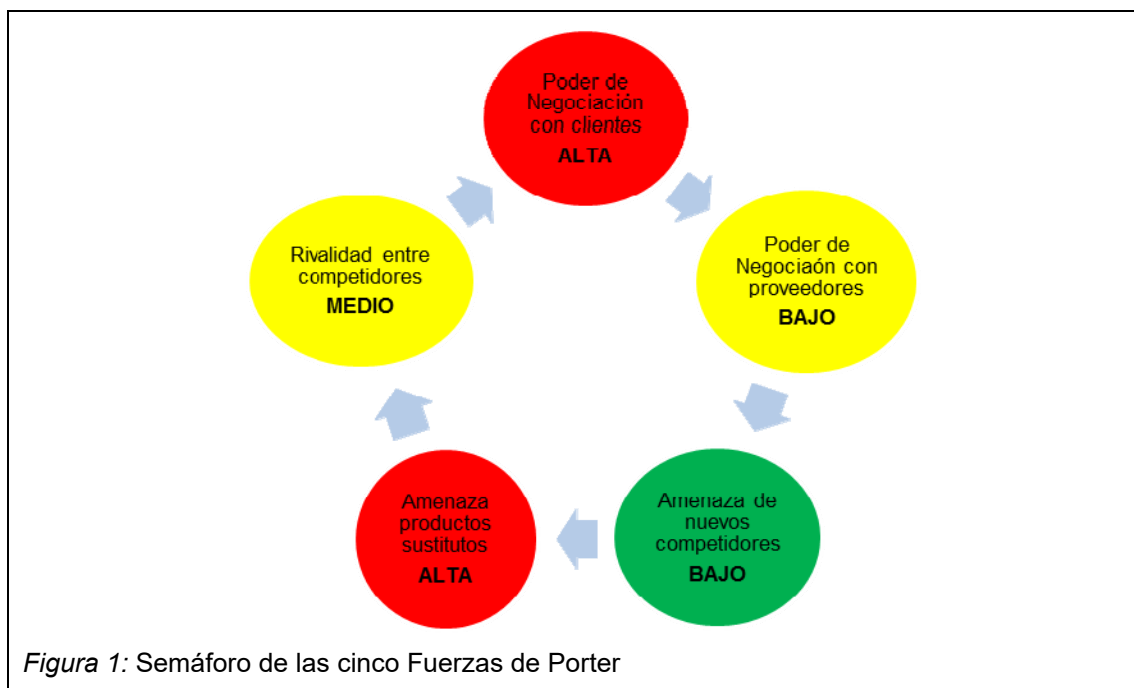
- Al momento de entrar a la industria del entretenimiento, es necesario estar en constante innovación, es por ello, que el impacto de nuevas tecnologías dentro de la industria del entretenimiento y precisamente en el área de aparatos mecánicos, es necesario estar a la vanguardia de las innovaciones en la tecnología. Los nuevos desarrollos en el diseño de karts, potencia de sus

motores, el bajo consumo de gasolina, desarrollo en la calidad de las llantas para evitar que se desgaste con facilidad, hacen más atractiva a esta industria.

Para hacer más eficientes los procesos de las compañías en general y para promocionar los establecimientos y productos, el internet es la mejor herramienta. Gracias a la presencia del internet, se reducen el tiempo de los procesos dentro de una empresa, así como el ineficiente empleo de papel y por ende se reducen los costos.

Para finalizar, se puede observar las ponderaciones que se dio para cada área de análisis. El área económica es la más fuerte dentro de la industria del entretenimiento, ya que es necesario conocer y analizar si el mercado está dispuesto a emplear sus ingresos en lugares de esparcimiento. Como segundo aspecto importante, está el político, ya que es necesario saber cómo se maneja el gobierno, que clase de políticas tiene y si el negocio se va a poder mantener a lo largo de los años.

2.2 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA



2.2.1 Poder de negociación con los clientes

Los clientes poseen un alto poder de negociación, esto se debe a que en la ciudad de Guayaquil se puede encontrar una gran cantidad de empresas que brindan servicios para el tiempo libre, como son los restaurantes, cines, parques acuáticos, discotecas. Los servicios antes mencionados se los pueden disfrutar por mayor cantidad de tiempo y dependiendo el lugar seleccionado se puede pagar menos por dicha actividad de ocio. Usando como referencia una noticia publicada por el diario el Universo en la que se entrevista a varios jóvenes de la ciudad de Guayaquil en la cual se puede inferir que la población de clase alta de Guayaquil gasta hasta 40 dólares semanales que por lo general es en bares y discotecas de la zona de Samborondón, esto ya que buscan mayor seguridad y cercanía pasar un momento entre amigos.

2.2.2 Poder de negociación con los proveedores

La negociación de los proveedores es medio debido al tipo de negocio que se propone en el plan de negocios, esto se debe a que mis proveedores no serán los mismos que los de nuestros competidores del CIU. Se debe señalar que en el mercado existe un importante número de proveedores de repuesto automotrices que incluso pueden proveer repuestos genéricos. Se debe tomar en cuenta que 2 proveedores de insumos importantes como son las gomas y la gasolina que están prácticamente monopolizados por lo que sus precios son fijos.

2.2.3 Amenazas de nuevos competidores

No existe una gran amenaza al momento de pensar en qué nueva competencia pueda ingresar al mercado, debido principalmente a la inversión inicial que se debe tener para construir un parque temático, existen varios proyectos en Ecuador y el mundo donde se puede apreciar monto de la inversión como ejemplo:

Parque temático Samanes inversión 200 millones de dólares.

Parque temático Ferrocarril inversión 26,5 millones de dólares.

Parque temático Ferrari España 100 millones de dólares

Adicional a los costos de inversión se debe tener experiencia en el medio para poder obtener el mejor margen por el servicio brindado, atraer y dar valor a los clientes.

2.2.4 Amenaza de productos sustitutos

En la industria del entretenimiento, los clientes cuentan con gran variedad de establecimientos que brindan diferentes actividades de recreación, en consecuencia, los productos sustitutos se vuelven una gran amenaza; en la ciudad de Guayaquil se encuentran establecidos 5 competidores que ofrecen parques temáticos acuáticos y adicional a esto podemos encontrar productos sustitutos como lo son: Bares, discotecas, restaurantes, cines entre otros que son de gran gusto de la población y que tienen precios más bajos si se mide el tiempo que uno puede hacer uso del servicio.

2.2.5 Rivalidad entre competidores

La industria de parques temáticos es bastante pequeña en Guayaquil de acuerdo al CIU en Guayaquil solo se encuentran 5 empresas que brindan un servicio de entretenimiento, las cuales manejan conceptos similares en su infraestructura. Por lo que no existe una rivalidad tan marcada entre competidores, sin embargo tenemos competidores indirectos que ofrecen grandes promociones y que manejan un mayor número de clientes entre semana.

Matriz EFE véase en Anexo 2

2.3 TENDENCIAS DE CONSUMO

En cuanto al análisis de las tendencias de consumo con las que se maneja el target objetivo, es importante mencionar que en un estudio realizado por el INEC en el 2015, se vio reflejado que si existe evolución y mejora en la reducción de la pobreza en las cinco principales ciudades del Ecuador. Enfocándonos en Guayaquil desde el 2013 existió una reducción de la pobreza, paso de 13,75% ese año a 9,74% para el 2015. Lo que muestra, que existe un incremento en las clases sociales y la población con ingresos económicos medios, es mayor.

En otro estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC en el 2012 llamado uso de tiempo, se clasificaba como la población a nivel país empleaba las horas de la semana ya sea por actividades remuneradas o no remuneradas. Este estudio, ayuda también a reconocer por sexo quien emplea más horas laborales y que género emplea más horas en el hogar o en actividades de recreación. El tiempo de trabajo no remunerado por área de residencia, refleja que las personas que viven en la zona urbana, emplean en promedio 21:17 horas para actividades personales y de recreación. En cuanto a la edad, las personas de 12 a 19 años emplean 11:09 horas, de 20 a 29 emplean 20: 25 horas y de 30 a 44 años emplean 25:17 horas en actividades personales, entre ellas de recreación y esparcimiento.

Por otro lado, de acuerdo a los datos estadísticos del INEC, se muestra más específicamente el tiempo total empleado en actividades no productivas, como el aprendizaje, convivencia, lectura, o actividades recreativas, llegando a la conclusión que personas entre hombres y mujeres a nivel país, emplean 10:41 horas promedio a la semana para dichas actividades. El gasto monetario promedio por hogar urbano a nivel nacional en el 2014 fue de 734,19, en los hogares urbanos a partir de ese valor total emplean alrededor de \$35 para el consumo de actividades de recreación y cultura a la semana. De acuerdo al INEC, a pesar de que los guayaquileños están endeudados y empleen el 19% de sus ingresos a pagar deudas, en ningún momento dejan de lado el consumo de servicios y de actividades que no son primordiales como la recreación y los viajes.

En el cuadro adjunto se puede apreciar la cantidad de ventas netas que tienen los competidores dentro de nuestro CIU, la información fue recopilada de la superintendencia de compañías, este análisis de las ventas nos permite ver el total de dinero que mueve esta industria y quien es el líder de la misma, valorando a la empresa Armosa que es la empresa que más ventas tiene podemos ver que los consumidores gastan anualmente 1,5 millones de dólares en parques temáticos mecánicos y acuáticos.

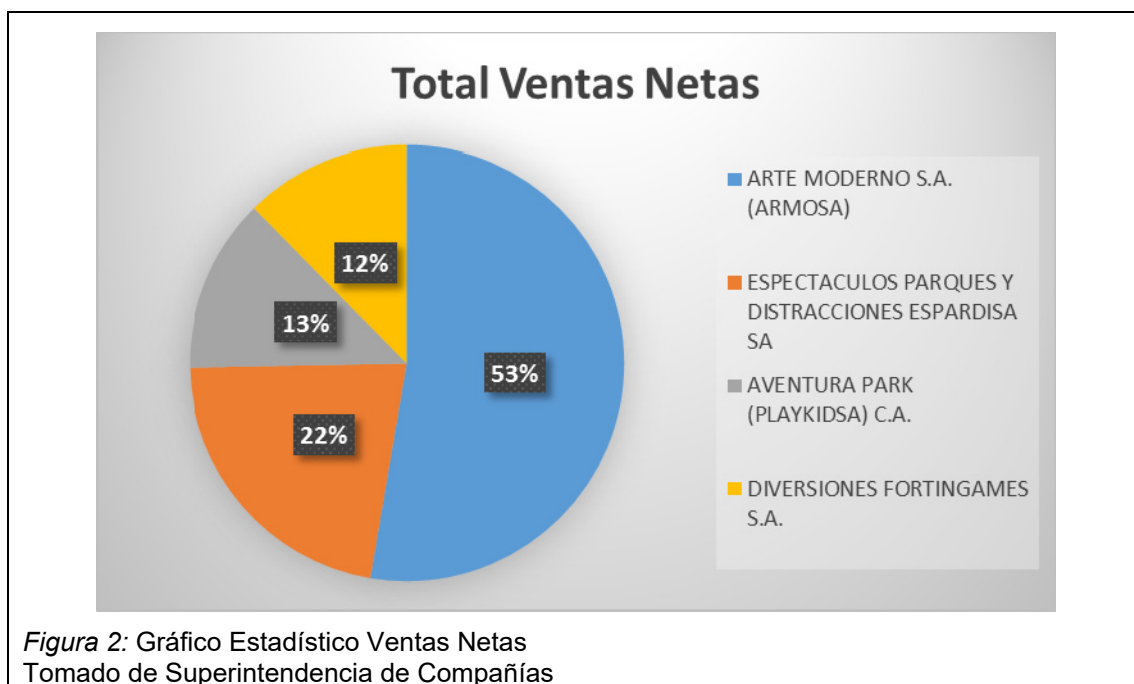


Tabla 1: Ventas Netas Compañías clasificadas en CIIU R9321

EMPRESAS	TOTAL VENTAS NETAS
ARTE MODERNO S.A. (ARMOSA)	\$ 1.581.936,00
ESPECTÁCULOS PARQUES Y DISTRACCIONES ESPARDISA SA	\$ 661.494,63
AVENTURA PARK (PLAYKIDSA) C.A.	\$ 388.288,24
DIVERSIONES FORTINGAMES S.A.	\$ 371.671,06

Tomado de Superintendencia de Compañías

3 CAPITULO III. ANÁLISIS DEL CLIENTE

3.1 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

Focus Group

Objetivos:

- Entender de mejor manera tendencia de consumo guayaquileña.
- Medir la satisfacción de los participantes después del uso de los karts.
- Saber qué factores generan valor en los participantes.
- Entender por qué los rentals que estaban ubicados en Guayaquil dejaron de dar el servicio.
- Conocer el tipo de instalaciones que generan valor en los participantes.
- Conocer quien usarían el servicio.

Descripción del Focus Group

El focus group, se lo realizó el día sábado 7 de Noviembre del 2015, en las instalaciones de Mundo Kart, ubicado en Tumbaco. Los participantes que nos acompañaron a este centro de entretenimiento, son personas oriundas de Guayaquil que en la actualidad residen en Quito, ya sea por temas laborales o de estudios.

Los participantes fueron:

- Karol Salazar, estudiante de la Universidad de las Américas.
- Gonzalo Chávez, estudiante de la Universidad San Francisco.
- Diego Valarezo, estudiante Universidad Espíritu Santo.
- Belén Briones, estudiante de la Universidad de las Américas.
- María Paula Romero ama de Casa.

El focus group empezó con la presentación de cada uno de los participantes y posterior a esto se invitó a los participantes a hacer uso del servicio, llamo la atención que a pesar de ser un día frío y lluvioso los participantes accedieron a disfrutar del servicio que estuvo cargado con más adrenalina que lo normal debido a las condiciones climáticas ya que al estar mojada la pista los karts se daban trompos y hubo varios choques que no afectaron la integridad de los usuarios debido a las barreras de la pista y a las barras que protegen los karts para que no existan contacto entre gomas que puedan generar un accidente grave.

RESULTADOS

Se pudo identificar variables culturales críticas para el funcionamiento del establecimiento como el uso de fotografías instantáneas, decoración relacionada con las carreras y ambientes de descanso para lo que no están haciendo uso de la pista ya que permiten brindar un mejor servicio y reducir costos innecesarios, por otro lado los participantes tenían mucho interés en las seguridades de la pista su recomendación principal fue que la pista sea plana y que cuente con barreras que minimicen los impactos. El precio les pareció justo por el tiempo en pista sin embargo hubo un propuesta sobre convertir el negocio de valor a uno de volumen ya que él cree que a 10 dólares no todas las personas comprarían el servicio lo que generaría un negocio poco rentable pero que si se cobra menos un mayor número de personas de distintos estratos sociales haría uso del servicio. Los participantes mencionaron que la experiencia fue muy buena y que les genero sentimientos de adrenalina y satisfacción

personal, todos dijeron que les gustaría regresar con familiares o amigos ya que así disfrutarían de una carrera que se asemeje a la que viven los pilotos reales con pequeños roces sin mayores incidentes.

ENTREVISTA 1

La entrevista al experto número uno se la realizó el día domingo 8 de Noviembre del 2015 con la participación de Santiago Dendarieta, campeón ecuatoriano de karting en su domicilio. El objetivo de esta entrevista fue saber con qué frecuencia la gente asiste al karting y las sus edades además de conocer más a fondo cómo se maneja la industria y qué recomendaciones y observaciones se pueden tener en cuenta a lo largo de ésta investigación. Se abordaron temas como los costos de mantenimiento, tanto de la pista como de los go karts, costos y restricciones a las importaciones de las llantas, que es una de las partes que más desgaste tiene a lo largo de los años. El entrevistado, dio recomendaciones para que el negocio sea rentable, qué motores recomienda para el uso, cual es el flujo de personas, cuántas personas deben hacer uso de las instalaciones mensualmente para que el negocio sea rentable, etc.

RESULTADOS

Durante la entrevista, Santiago Dendarieta supo indicar, que el sistema de chips y fotografías era una buena manera de recaudar dinero y de brindar un servicio extra, dentro de las instalaciones del karting, los chips es un sistema a control remoto, que se coloca en el go kart y mide los tiempos de vuelta de cada carrito para que las carreras se vuelvan más competitivas. En cuanto a la rotación de personas, Santiago pudo afirmar que entre semana, no suele haber mucha gente que asista a las instalaciones, pero que en las competencias las instalaciones y pista siempre se llenan. Afirmó que es recomendable hacer el karting en la costa por temas culturales y para preservar las llantas, que es la parte de los carritos que necesita un cambio constante, debido al desgaste de la goma y se vuelven lizas, produciendo accidentes en lo posterior. Él recomendó, no ingresar a esta industria ya que la inversión es demasiado elevada, no existe una relación cercana con todos los pilotos y de esta forma ellos no van hacer uso constante de las pistas, en el caso del establecimiento de Santiago gran parte de la rotación de personas, está enfocada en pilotos que hacen uso de las pistas.

ENTREVISTA 2

La entrevista al exporto numero dos se la realizo el viernes 30 Octubre del 2015 con la participación del dueño de mundo kart Mirco Furlatto, en las instalaciones de uno de sus locales ubicado en Tumbaco. El objetivo de la entrevista fue de conocer cuál es la frecuencia de la gente que visita el karting, adicionalmente se buscaba conocer qué tipo de karts se estaban utilizando, la depreciación de los go karts, como le había afectado en ese periodo la restricción de las llantas, en general el manejo del negocio a lo largo de los años. Fue necesario ingresar al establecimiento en la mañana para ver el flujo de gente que hacía uso de las instalaciones y en la tarde después de la entrevista para ver si cambio esta afluencia.

La entrevista tuvo 2 etapas, la etapa inicial fue de presentación, se dio a conocer al entrevistado el motivo de la visita, se especificó que era de carácter educativo ya que en instancias anteriores no existía una apertura total puesto que el entrevistado pensó que este proyecto sería su próxima competencia. Era necesario recalcar que se estaba realizando una tesis para valorar si era rentable la creación de un negocio similar a Mundo Kart, para poder recabar información valida que sirva durante el análisis. En la segunda etapa de la entrevista se realizaron preguntas acerca de la

inversión inicial, el costo de los go karts, el costo de la pista, cuanto go karts se necesitan para que el negocio sea rentable, cuantos carritos se debe tener rodando por día, como se manejan los campeonatos mensuales que se realizan dentro de las instalaciones de Mundo Kart, cuales el costo de los insumos por cada go kart, cuantas llantas se importan y como afecto las restricción de importaciones.

RESULTADOS

Dentro de la entrevista número dos, se tocaron temas muy importantes en cuanto a costos en los que incurre el establecimiento en la actualidad y los costos que se manejan al momento de la creación del negocio. Mirco Furlatto supo manifestar que los go karts que el compró costaron alrededor de siete mil dólares poseen un motor honda, estos go karts fueron importados principalmente de Italia, las llantas importadas también poseían un cupo limitado con un arancel del 35% que impedía que el negocio crezca es por ello que manifestó que el seguía en el negocio por amor al deporte mecánico mas no porque pueda crecer en el futuro. El costo de cada juego de llanta era de 300 dólares, y su duración era de una semana. Mirco aseguro que era necesario que los carros sean importados porque no existe metal para fabricarlos en el Ecuador. Durante la entrevista se recorrieron las instalaciones donde se pudo apreciar que dentro de la pista existe un podio donde se premia a los ganadores, existe un lugar aledaño a la pista donde se hace el mantenimiento diario de los go karts por parte de personal especializado. La publicidad del lugar no era la adecuada ya que supo manifestar que eran costos elevados. Dentro de las recomendaciones que dio fue que es necesario conocer bien el medio y a sus clientes para que el negocio siga en pie.

Hipótesis:

- Comprobar la factibilidad de la creación de una empresa que brinde el servicio de alquiler de Karts en la ciudad de Guayaquil.
- Analizar el mercado meta, si están dispuestos a pagar los 10 dólares propuestos por el servicio de alquiler de Karts.

METODOLOGÍA

Metodología no Probabilística

Utilizado en forma empírica, es decir, no se efectúa bajo normas probabilísticas de selección, por lo que sus procesos intervienen opiniones y criterios personales del investigador o no existe norma bien definida o validada. La selección de la muestra es no aleatoria, se basa en el juicio de quien realiza el proceso o del responsable de la investigación.

Muestreo por conveniencia

Pretende seleccionar unidades de análisis que cumplen los requisitos de la población objeto de estudio, pero que sin embargo, no son seleccionadas al azar. Se utiliza preferentemente en estudios exploratorios. Las pruebas pilotos, también usan con frecuencia éste tipo de muestreo. Se le conoce como selección intencionada, muestreo accidental o por oportunidad. Consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo.

En este tipo de muestreo la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo, siendo éste, el mayor inconveniente del método ya que no podemos cuantificar la representatividad de la muestra.

ENCUESTA

Las encuestas se realizaron en la ciudad de Guayaquil, los días 31 de Octubre y 1 de Noviembre, se realizó 70 encuestas las cuales fueron distribuidas en distintos sectores de la ciudad, buscando recolectar datos con mayor relevancia y se indicó mediante fotografías, lo que es el alquiler de karts. Se escogió tres lugares con mayor afluencia de personas, que buscan un lugar de entretenimiento para la realización de ésta investigación de mercado, el primero fue realizado en el San Marino Shopping Mall, posteriormente se visitó el Malecón del Salado y por último en el parque Víctor Emilio Estrada. Debido a la gran afluencia de personas de toda edad y casta social se seleccionó, gente joven de entre 18 a 40 años, ya que ese será el foco de Kaiser Karting, muchos de los encuestados preguntaban si personas más jóvenes iban a poder hacer uso del servicio, lo que hace pensar que puede existir un mercado potencial, pero al mismo tiempo representaría más inversión, ya que se necesitaría otorgar un nivel de seguridad mayor y reglas más estrictas.

En base a las correcciones y a un mejor análisis de entrevistas y focus group se decidió realizar una nueva encuesta en la que las preguntas no tengan una tendencia favorable para el plan de negocio y que entreguen resultados más reales con el fin de poder tener un mejor análisis de la población Guayaquileña, estas encuestas se la realizo vía internet por cuestiones de tiempo.

RESULTADOS RELEVANTES ENCUESTA 1

1. Edades

La mayor cantidad de encuestados tiene edades entre 20 a 30 años, ya que equivalen al 63% de la muestra, cabe recalcar que se hizo una adaptación del mercado para poder plantear una mejor estrategia de marketing ya que englobábamos un mercado muy grande el cual comprendía edades entre los 15 y los 50 años. De esta manera tenemos datos más reales y sobretodo atacamos a nuestros mercado meta.

2. Actividad Económica:

La mayoría de los encuestados son estudiantes universitarios o profesionales que perciben un ingreso mensual para cualquier tipo de actividad no cotidiana. Este grupo engloba el 90% y buscan momentos de dispersión con familia y amigos.

3. ¿Cuánto tiempo se dedica al esparcimiento fuera de casa?

Los encuestados supieron decir que dedican entre 4 a 6 horas semanales lo cual es bueno, ya que demuestra, que la gente en Guayaquil gusta realizar actividades no cotidianas fuera de casa.

4. ¿Con qué personas suele pasar sus momentos de esparcimiento?

Se confirma lo expuesto en el focus group, obteniendo que 90% prefiere pasar tiempo entre familia y amigos.

5. ¿Ha escuchado hablar del alquiler de karts en el pasado?

Un 73% de los encuestados dijo haber escuchado sobre los karts, lo cual es bueno ya que, esto hace que no sea un producto nuevo y “ciego” dentro del mercado que tratamos de atacar.

6. ¿Cuáles son los lugares que más frecuenta para su esparcimiento?

La mayoría de encuestados respondió que asisten a bares y discotecas en un porcentaje bastante alto, ya que es casi el 60%, pero de este resultado indicaron que el 50% está dispuesto a cambiar esta actividad y probar algo nuevo o diferente. El 25% indicó que va al cine, el 10% a restaurantes y por último un 5% indicó que gusta por el ir al karting. Esto es un panorama alentador ya que se puede atacar a ese 50% que está dispuesto a cambiar de actividad.

7. ¿Dónde le gustaría que este ubicado esta pista?

En un 90% de la muestra supieron indicarnos que prefiere que la pista se encuentre ubicada en Samborondón, esto podría ser una ventaja ya que por ubicación y por costos se acogería de buena manera por el target de personas que viven en dicha zona.

8. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría estar informado del servicio?

Ya que la mayoría de encuestados son jóvenes, el 90% prefieren que la información sobre Kaiser karting sea por medio de las redes sociales y un 10% por cuñas radiales.

RESULTADOS RELEVANTES ENCUESTA 2

Las encuestas realizadas permitieron identificar nuestro mercado, el cual estaría entre personas de 18 a 30 años, que son estudiantes universitarios y profesionales que ya se desempeñan en el ámbito laboral, ellos buscan poder disfrutar sus momentos libres entre amigos y familia y dedican entre 4 y 6 horas semanales en actividades de ocio, también indicaron haber escuchado de este tipo de negocio al menos una vez, y manifestaron que si dedicarían parte de su tiempo en realizar esta actividad. Los encuestados supieron responder el precio que pagarían por realizar esta actividad la cual sería de 7 dólares por 10 minutos, sin embargo hubo un porcentaje considerable diciendo que sí pagaría los 10 dólares, que son necesarios para cubrir los costos, nuestra principal competencia, a pesar de no encontrarse dentro de nuestro CIIU son los restaurantes y cine, ocupando un 78% del total de la pregunta. Un servicio adicional que se propuso tuvo buena acogida, ya que al 78% de los encuestados les interesó la idea de poder adquirir fotografías instantáneas de los momentos que disfrutaron en pista. En la fase de promociones, encontramos que los usuarios prefieren tener un servicio 2 x 1, claro que esto debe tener un análisis diario de la demanda para determinar el día que aplique.

4 CAPITULO IV. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO ENCONTRADA, SUSTENTADA POR EL ANÁLISIS INTERNO, EXTERNO Y DEL CLIENTE

Debido a la clara oportunidad de negocio que se presenta en la ciudad de Guayaquil para la constitución de una empresa que brinde el servicio de alquiler de karts para uso de la población en general, se tiene la necesidad de crear un plan de negocio, que brinde la información y análisis necesario, para afirmar que éste giro de negocio, será rentable en el futuro y se podrá consolidar como fuente de entretenimiento para la población. Para la creación de un buen plan de negocios, es importante analizar las variables, tanto internas como externas, conocer cómo se maneja el cliente dentro de la industria y cuáles son las tendencias de la misma.

Como se pudo evidenciar en el análisis interno, existe estabilidad política por parte del gobierno actual, los tiempos de creación de una empresa, han bajado los últimos años lo que favorece la constitución de una empresa de entretenimiento. El gobierno, trata de incentivar a las pequeñas y medianas industrias para de ésta manera dinamizar la economía y generar no solo más dinero, sino más fuentes de trabajo. Es muy importante recalcar que por la naturaleza del negocio, es fundamental la importación de llantas adecuadas para los karts, es por ello, que es importante mencionar que las salvaguardas impuestas a la importación de llantas, fueron revocadas y tampoco existe una cantidad limitada de importación de dicho bien.

En un estudio realizado en Marzo del 2015 la ciudad de Guayaquil redujo su índice de pobreza significativamente, en relación a las demás ciudades principales de Ecuador, pasó de 11,69% en 2014 a 7,69% en Marzo del 2015, esto incrementa su poder adquisitivo y podrán destinar más dinero al ocio. De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la población guayaquileña emplea en promedio 10 horas a la semana para actividades de recreación y esparcimiento, la población urbana de la ciudad, gasta alrededor de \$35 dólares para su esparcimiento. Realizando una segmentación de mercado, se pudo obtener que el mercado meta es de 13413 habitantes de la ciudad de Guayaquil, población seleccionada, con filtros como personas que dedican tiempo a actividades de esparcimiento, con edades comprendidas entre 15 y 50 años de edad y que lo dedican al deporte.

Según el análisis, industria del entretenimiento, el poder de negociación que en la actualidad se tiene con los proveedores favorece, indiscutiblemente al giro del negocio, puesto que al existir varias opciones de proveedores en el mercado permite que las empresas tengan más control sobre las negociaciones y que los proveedores no suban sus precios abruptamente. La amenaza de nuevos competidores es muy baja, si bien es cierto, dentro de la industria del entretenimiento, existen muchos productos sustitutos más, ninguno de ellos posee el mismo giro del negocio, debido a que la inversión es alta y es necesario tener conocimiento sobre el funcionamiento no solo del local, sino también de los karts, que son la principal actividad del negocio. Después de realizados varios estudios de mercado, la población objetivo, ratifica los estudios hechos en marzo por el INEC, emplean a rededor de 4 horas para actividades de recreación, y estima pagar entre 10 y 7 dólares. Por lo general, la gente acude a los centros de esparcimiento acompañados de amigos, prefiriendo Samborondón para establecer el negocio, debido a que el sector tiene alta plusvalía y posee un target medio a medio alto.

5 CAPÍTULO V. PLAN DE MARKETING

5.1 ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING

Existen dos maneras de enfocar una estrategia general; competir por mercados existentes o competir por mercados futuros. Para el desarrollo del plan de negocios lo adecuado sería competir por mercados existentes, ya que el negocio va enfocado a un mercado en el que existen competidores, pero donde se busca el desempeño realizando actividades diferentes a las de los competidores (Porter, 1996, p. 85). Para conseguir llevar a cabo esta propuesta, se debe identificar una ventaja competitiva que sea sostenible, para lo cual usaremos la siguiente estrategia:

El especialista nos aconsejó concentrarse en las necesidades de un segmento particular, o un mercado geográfico, sin cubrir la totalidad del mismo, buscando tomar un objetivo restringido y abastecerlo de una manera eficaz, es decir mejor que sus competidores. Este relacionado con la estrategia de diferenciación, la cual busca dar cualidades distintivas al producto que resulte atractivas para el comprador y que lo perciba como único. (Lambin, Galucci, Sicurello, 2009, p.250)

El objetivo de usar esta estrategia, es dar a los clientes un espacio único para el esparcimiento, fomentado el deporte y los sentimientos de adrenalina, el mismo que se encontrará ubicado en una zona donde habitan pobladores con estratos sociales medios y altos. Se busca que los clientes perciban que el servicio es divertido, único y que genere integración entre los clientes, así los mismos se sentirán en un ambiente más familiar que basado en el análisis anterior es lo que buscan.

5.1.1 Mercado Objetivo

Con base en la información obtenida de la investigación de mercados, se decidió que el objetivo al que Kaiser Karting se enfoca es de entre 15 a 50 años de edad. Para llegar al mercado objetivo, se utilizará una segmentación geográfica, demográfica y psicográfica, una vez concluido este análisis, se procederá a enfocar la estrategia de marketing adecuada.

Tabla 2: Segmentación de Mercado Guayaquileño

Variable	Cuantificación
Población del Guayas	3.309.034 millones de habitantes
Población de Guayaquil	2.350.915 millones de habitantes
Población Samborondón, Urdesa, Alborada Oeste, Centenario, Los Ceibos, Kennedy	185180 habitantes
Población estrato Social Clase A 1,9% Y B 11,2	24259 habitantes
Población entre 15 y 25 años 18,1%	4391 habitantes

Tomado de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

5.1.2 Propuesta de Valor

La clave para que un negocio sea perdurable en el tiempo, está plenamente relacionado con la relación que tiene con los clientes, es por ello, que Kaiser Karting, busca dos objetivos, uno de ellos, es dar valor al cliente y por otro lado darle satisfacción al mismo mediante el uso de las estrategias “más por lo mismo”, es decir, se proveerá una mayor cantidad de beneficios que la competencia, por un precio similar. Si bien es cierto, los clientes día a día se enfrentan a una gran variedad de productos y servicios entre los cuales se genera su elección con base en que el cliente siempre compra o adquiere un servicio a la empresa que mayor valor le ofrezca (Kotler

& Armstrong, 2008, p.15). Es por ello, que en el plan de negocios propone generar, valor mediante experiencias, Kaiser Karting, busca posicionarse en la mente del consumidor, con la idea de sentirse un campeón, con el simple hecho de ingresar a las instalaciones, sin dejar de lado a la adrenalina que se genera dentro y fuera de la pista siendo un importante decisor de compra para los clientes. Adicionalmente, la implementación de espacio temático relacionado con la fórmula 1, chaquetas de los distintos equipos para que el cliente se sienta parte de una escudería real. Karts perfectamente diseñados, altos estándares de calidad, fotografías instantáneas, y recuerdos entre familia y amigos, son varios de los servicios adicionales que ayudan a llegar a la meta, que es vender experiencias y adrenalina.

La satisfacción al cliente, va relacionado a lo que el perciba del producto o servicio, en Kaiser Karting, buscamos que este no solo se sienta satisfecho, sino que el servicio supere sus expectativas, así el cliente regresará y lo comentará con futuros clientes (Lambin, Galucci, Sicurello, 2009, p.283). Estrategia para lograr satisfacción al cliente es cumpliendo lo prometido, siendo cordiales, que el lugar esté limpio y seguro y ofreciendo además servicios complementarios.

Por otro lado, la ventaja competitiva, permite evaluar cómo los clientes definen a los productos con base a sus atributos importantes, es el lugar que un producto ocupa en la mente de un consumidor (Kotler & Armstrong, 2008, p.185). En la ciudad de Guayaquil, no existe un competidor que brinde el mismo servicio, esto se lo valido mediante un entrevista telefónica en la que el Karting Club de Guayaquil nos supo decir que el pasado si existía empresas que brindaban este servicio pero que cerraron por el mal uso de los usuarios cuando estaban a bordo del kart generando costos extras, todos los karts fueron vendidos a kartings ubicados en Ambato, vale mencionar que existen varios competidores que ofrecen servicios para practicar actividades de ocio en Guayaquil que en su mayoría son parques acuáticos.

Para posicionar el producto en la mente de los consumidores y que prefieran el alquiler de karts se necesita vender algo difícil de replicar, por lo cual el enfoque del servicio es vender adrenalina a jóvenes y adultos en un espacio seguro y que les permita disfrutar la gloria al ganar una competición.

5.2 MEZCLA DE MARKETING

Producto:

1. Alquiler de karts:

Servicio en el cual el cliente podrá usar un kart, casco y chaqueta por tiempos variables de 7 minutos, 10 minutos o 15 minutos, en el transcurso de este tiempo los clientes serán fotografiados en puntos estratégicos que permitan capturar los recuerdos, cada sesión de carrera contará con una explicación previa por parte de los empleados y un vídeo que se transmitirá en las pantallas de los pits sobre condiciones de uso ya que el mal uso del equipo genera costos muy elevados.

Descripción del servicio:

- El cliente comprara su ticket de acuerdo a su necesidad, en este ticket, se registra el nombre de la persona y su firma como constancia de la compra.
- El cliente espera que acabe el turno anterior, en este tiempo el cliente podrá disfrutar de bebidas disponibles para la compra, se podrá tomar fotos con figuras hechas en cartón o podrá ver distintas fotografías de momentos históricos del automovilismo.

- Se realiza la llamada por el nombre del cliente para que se acerque a la zona de los pits, se entrega las protecciones, casco, chaqueta y se da un instructivo del funcionamiento del kart.
- Se procede al encendido de los mismos y la carrera empieza.
- En pista se tomara 2 fotografías en 2 sectores distintos de la pista a cada cliente.
- Una vez finalizado el servicio, los clientes entregan las protecciones y pueden revisar sus fotografías para su posterior compra.

Tabla 3: Cuadro de Costos

Kart	\$2500 c/u
Juego llantas	\$150 c/u
Chaquetas	\$30 c/u
Cascos	\$60 c/u

En base a la entrevista que se obtuvo con Santiago Dendarieta

2. Campeonatos amateur: Kaiser Karting realizara distintos campeonatos, una vez por mes, de cada categoría, estas serán por edades y los clientes escogerán tipo de campeonato que desean 20 minutos + prácticas, 35 minutos + prácticas, 60 minutos + prácticas.

Descripción del servicio:

- Se difundirá fechas del campeonato previamente en la página web de la empresa.
- El cliente se inscribe en la página web o en el local.
- Se organiza el evento. (mínimo 6 karts por categoría).
- Se realiza prácticas para conocimiento de pista.
- Se organiza la grilla de partida y se da inicio a la carrera.
- Premiación en un podio, en el que se entregará medalla y botellas de champan simbólicos a los tres primeros

Tabla 4: Cuadro de Costos Campeonato

Juego llantas	\$ 0 c/u
Chaquetas	\$ 0 c/u
Cascos	\$ 0 c/u
Accesorios Premiación	\$ 6 c/u
Camisetas para campeonato	\$ 5 c/u
Champagne	\$ 3 c/u

Los costos de los campeonatos se ven reducidos ya que se usa el mismo equipo que el que se alquila en las sesiones normales, se considera que el cambio de las llantas se realiza cada mes en promedio ya que depende de del uso y de la forma de manejar de cada cliente.

Plaza:

La plaza seleccionada para la prestación de servicio de alquiler de karts y campeonatos amateurs, estará ubicado en el km 9 de la Vía a Samborondón, la plaza fue escogida ya que en la investigación de mercados, los resultados obtenidos indicaban que los clientes prefieren que esté en ésta zona; adicional a esto el terreno cuenta en sus alrededores, con un mercado potencial, ya que a muy poca distancia funcionan El Colegio Alemán Humboldt, el Colegio Menor, La Piazza Ciudad Celeste y

próximamente el nuevo Town Center de Aires de Batán e Isla Celeste que dado el segmento de mercado al que va dirigido al servicio que es para un estrato social de clase media alta y alta

El terreno que se alquilará, será adecuado para que cumpla con la temática del mismo, es decir será relacionado con la Formula 1 de hecho la pista conmemora al templo de la velocidad "Monza" y tendrá una área especial para conmemorar a los grandes campeones y con mayor énfasis, Michael Schumacher ya que él es el piloto con más campeonatos dentro del gran circo, adicional a esto, el espacio contará con un pequeño bar, donde se venderá bebidas frías y calientes.

La zona de los pits, será cubierta con el fin de que los karts permanezcan cubiertos y que la lluvia no los deteriore, también en esta zona, se contará con las herramientas necesarias para el mantenimiento de los mismos y una bodega para poder almacenar las llantas necesarias para la sustitución, en el momento necesario, con el fin de proporcionar una mayor seguridad.

La pista debe ser condicionada para que el kart desgaste la menor cantidad de compuesto, es por esto, que se eligió el asfalto, que a su vez es una pista más económica que la de cemento armado, el contorno de la pista estará delimitado con llantas, para que absorban cualquier impacto. Se incluirá pequeños jardines y frases memorables de la fórmula.

Televisores	\$ 600 c/u
Mostradores	\$ 500 c/u
Decoración	\$ 5000
Directv	\$ 60 mensual
Repisas	\$ 100 c/u
Enfriadores Panorámicos	\$ 300
Máquina de cafés	\$ 500
Kit Herramientas	\$ 1000
Construcción	\$ 15600
Pista	\$ 50000
Llantas de seguridad	\$ 5000
Reflectores	\$ 2000

Promoción:

La promoción se basa en comunicar al cliente todas las señales o mensajes emitidos por la empresa a un público diverso, la mezcla de comunicación son la publicidad, las fuerzas de ventas, la promoción y las relaciones públicas. (Lambin, Gllucci, Sicurello). La mezcla adecuada para nuestro negocio está basada en:

Publicidad: la cual busca comunicar al mercado el producto y crear una actitud favorable hacia el servicio, el medio de publicidad utilizado será mediante redes sociales, flyers, cuñas en spotify, radios y página web.

Promoción: está basada en incentivos de corto plazo, se usará distintos medios de promoción

- Martes loco 2 personas por 15 dólares en alquiler de karts.
- Premios por cliente frecuente, dependiendo el número de veces que hagan uso del servicio recibirán puntos, y si ganan tienen un mejor puntaje. Los premios a los que podrán acceder son termos con el logo de la empresa, banderas de escuderías, camisetas de la empresa o de escuderías y gorras.

Tabla 5: Costos de Promoción

Plan Promocional	Costo
Martes Loco	1,14 por recorrido
Programa Incentivos	Gorras 25 dólares, Camisetas 25 dólares, Banderas 40 dólares, termos 5 dólares

Relaciones públicas:

Se fundamenta en crear una imagen de marca, para lo cual se realizará alianzas para estar presentes en los campeonatos que realiza el Karting club de Guayaquil, de esta manera, posicionaremos nuestra marca en la mente de los pilotos locales y en la del público asistente, logrando que el nombre de la marca Kaiser Karting se esparza en la provincia y porque no a nivel nacional.

Plan de medios

Objetivos del plan de medios:

- Dar a conocer Kaiser karting en el mercado Guayaquileño
- Posicionamiento de la marca
- Promocionar campeonatos para amateurs

Target:

Jóvenes de entre 15 a 25 años de edad de la ciudad de Guayaquil con un estrato económico medio, medio-alto y alto que dedican tiempo a las actividades de esparcimiento con sus amigos.

Estrategia:

Comunicar las promociones que se tiene durante la semana.

Comunicar a los consumidores sobre un nuevo parque temático que les permitirá sentirse como verdaderos pilotos de automóviles en un lugar seguro y rodeado de amigos.

Canales:

Redes Sociales:

Página corporativa de Facebook que realice publicaciones diarias sobre la industria, promociones y eventos que se organicen en Kaiser karting y en el kartodromo de Guayaquil.

Spotify es otro medio que tiene un concepto de radio con red social que ofrece publicidad cada cierto tiempo entre sus playlist, se usara este medio ya que muchos jóvenes utilizan spotify en sus reuniones sociales.

Radio:

Publicidad a través de radio, la radio seleccionada es Radio la Bruja ya que es una radio con un perfil juvenil, en la radio se va a transmitir publicidad que permita a la marca posicionarse en la mente de los consumidores así como darse a conocer, se usara un horario vespertino ya que en las mañanas la mayoría de los jóvenes se encuentran en clases o trabajando por lo que la propaganda no sería tan efectiva.

Tabla 6: Costos de Publicidad

Página Web	\$166
Flyers	\$250
Spotify	\$625 por 50000 Impresiones
Radio	\$700 x 15 días.
Manejo Redes Sociales	\$300 mensual

Véase Anexo 10, se encuentra proyectado a cinco años los gastos.

Precio:

El precio dependerá del servicio que se compra e incluirán IVA. La estrategia de precio a ser utilizada, es la fijación de estos precios orientados a la competencia, con el fin de valorar un producto igual, se usó un benchmarking tomando como referencia los precios de Mundo Kart en Quito, adicional a esto usando la decisión de precios según el entorno competitivo y tomando como referencia a los autores del Libro dirección de marketing gestión estratégica y operativa del mercado (Tabla Anexos) la estrategia a ser seleccionada es oligopolio diferenciado, debido a que el valor percibido por parte de los clientes será alto y por qué la cantidad de competidores es baja tomando en cuenta el número de empresas registradas en nuestro CIU.

Por el tipo de negocio y debido a que los costos pueden significar la diferencia entre que el negocio no sea rentable y rentable es esencial el uso de una estrategia de precios basado en los costos ya que si no se cubren los costos mínimos el negocio quebraría, la utilidad de esta estrategia es real ya que puede medir lo siguiente: Volúmenes de venta, rendimiento sobre el capital invertido, se puede analizar la sensibilidad de la demanda al precio. (Lambin 2009, p. 411)

3 tipos de alquiler de karts: Alquiler 1: 7 minutos, Alquiler 2: 10 minutos, Alquiler 3: 15 minutos

Tabla 7: Precio de alquiler de Karts

Producto	Precio
Alquiler A	\$7
Alquiler B	\$10
Alquiler C	\$13

Campeonatos Amateurs: 3 tipos de campeonatos:

Tabla 8: Precio de Campeonatos

Servicio	Precio
Minichallenger	\$50
Challenger	\$60
Kaiser G.P.	\$100

Canal de distribución:

Directo: Se realizó una investigación de campo con llamadas a cada empresa que brinda un servicio de entretenimiento todos supieron contestar que es negocio propio y que no pertenecen a ninguna franquicia.

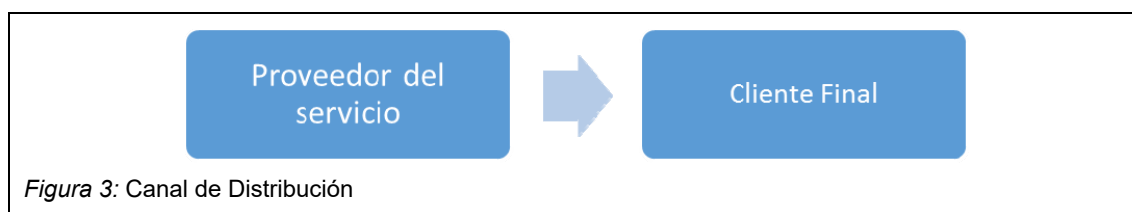


Figura 3: Canal de Distribución

El servicio es directo, donde el proveedor de servicios debe generar valor al cliente y satisfacción al mismo, esto nos permite obtener clientes satisfechos que recomienden el servicio.

6 CAPÍTULO VI. PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN

6.1.1 Misión

Kaiser Karting, es un centro de entretenimiento ubicado en la ciudad de Guayaquil que ofrece experiencias y emociones memorables a sus clientes, con personal especializado en brindar el mejor servicio y seguridad. Es una empresa comprometida con sus inversionistas, quienes son una de las claves de éxito. Kaiser Karting busca posicionar en la mente de los usuarios y que se sientan campeones al ingresar a nuestras instalaciones.

6.1.2 Visión

Ser una empresa líder en el mercado del entretenimiento en la ciudad de Guayaquil, convirtiéndonos en un icono de referencia al brindar seguridad al cliente y posicionarnos en la mente del consumidor, como la empresa que brinda la mejor experiencia en entretenimiento.

6.1.3 Objetivos

Objetivo General:

Kaiser Karting busca ser una empresa rentable con crecimiento constante que satisfaga la necesidad de entretenimiento de la población

Objetivos Corto plazo:

Posicionara Kaiser Karting como una opción de entretenimiento para los Guayaquileños.

Promocionar campeonatos para amateurs dentro de la población Guayaquileña.

Objetivos Largo Plazo:

- Lograr un rentabilidad del 12% anual a partir del segundo año de funcionamiento.
- Innovar el circuito cada dos años.
- Posicionar a la empresa dentro de los 10 sitios de entretenimiento con el mejor servicio en la ciudad de Guayaquil, hasta diciembre del 2019.
- Contar con una certificación de calidad hasta diciembre del 2017.

6.2 PLAN DE OPERACIONES

6.2.1 Planificación del Funcionamiento

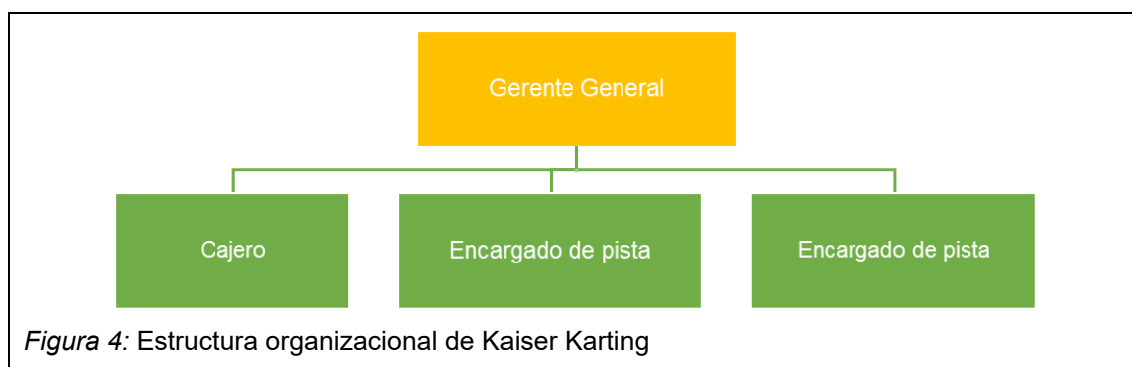
Kaiser Karting, contará con un establecimiento situado en la Provincia del Guayas específicamente en la ciudad de Guayaquil, en el sector de Samborondón, lugar preestablecido por en las encuestas de mercado que se realizaron con anterioridad. Dentro del establecimiento, se manejaran todas las áreas de la organización, es decir la gerencia general, departamento administrativo, departamento de operaciones y de igual forma se contará con un servicio adicional de cafetería.

El establecimiento contará con una pista de karting perfectamente diseñada, para garantizar la seguridad de los usuarios, la pista estará compuesta por una parte de cemento y en su superficie asfalto para garantizar la duración de las llantas. El diseño de la pista, será una réplica de una de las pistas de carrera de la Formula 1, para de esta manera acoplar más al ambiente y generar la idea de ser campeones al momento de entrar al establecimiento. A lo largo de la pista, se contará con llantas recicladas que amortigüen cualquier impacto del go kart y evitar que el usuario sufra cualquier lesión.

Como servicios adicionales al alquiler de los go karts, se contará, con una la cafetería, que actuará a la vez como sala de estar, mientras los usuarios esperan su turno para hacer uso de las instalaciones. La cafetería contará también, con repostería para brindar más variedad al usuario y hacer que su momento de espera sea más placentero. Adicionalmente, el servicio de fotografías instantáneas que capture la adrenalina que se vive al momento de recorrer la pista, es otro servicio adicional con el que contará Kaiser Karting. Las fotografías serán tomadas en puntos estratégicos dentro de la pista para captar los momento precisos donde el usuario está sintiendo la adrenalina del momento.

Los usuarios ingresarán a las instalaciones, antes de hacer uso de la pista, se pre cancelará el servicio, dependiendo de los minutos que desee, posteriormente, se procede a pasar a la zona de embarque, donde los usuarios con ayuda de los operadores de pista, se colocan todos los implementos primordiales para hacer uso de los go karts. Es muy necesario, que los usuarios se coloquen casco y ropa especial que es una réplica de los uniformes de los corredores de la Formula 1. Luego de colocarse los implementos para hacer uso de las instalaciones, el operador de pista les explica a los usuarios cómo funciona el kart y qué es lo que se debe evitar hacer en pista.

6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Gerente General: Las funciones del gerente general, aparte de ser el representante legal, son dirigir y controlar las funciones de los demás colaboradores con el fin de brindar un buen servicio, adicionalmente planificar los campeonatos a realizarse. Entre las actividades regulares está planificar los objetivos de la empresa a corto plazo, controlar actividades planificadas dando un seguimiento a los resultados, analizar los problemas, dar soluciones y generar planes de acción. Ya que Kaiser Karting es una micro empresa la funciones del gerente general van a ser más amplias, será el encargado de la dirección de marketing con la que se manejará la empresa, se encargara de dar a conocer el servicio a su mercado objetivo, buscando fidelizar al consumidor brindándoles los beneficios del servicio de entretenimiento. Dentro del perfil profesional contará con estas habilidades numéricas, expresión verbal fluida, liderazgo, conocimientos básicos de las actividades de las personas que tienen a

cargo y buena relación con personas de mundo motor incluido pilotos y personal del Karting Club de Guayaquil. Es necesario recalcar que toda la administración contable que requiera el establecimiento será realizada externamente debido a que es un micro empresa.

Cajero: Dentro de las instalaciones se contará con un cajero, el cual estará encargado del cobro de las tarifas que serán previamente establecidas, también estará a cargo de la cafetería se encargará tanto del cobro de los productos que se vendan como el despacho de los mismos. Tiene la obligación de mantener limpio el lugar de trabajo. El cajero deberá contar con título de bachiller y tener conocimientos básicos de contabilidad. Además de contar con valores como la honestidad y el respeto.

Asesor de pista: Los asesores de pista se encargarán de mantener a los karts en perfectas condiciones para su posterior utilización. Es importante que tengan conocimientos de mecánica para poder dar asistencia en cualquier eventualidad. Una de sus funciones también es ayudar a los usuarios antes y después de subirse a los karts e indicarles tanto las instrucciones como el funcionamiento del kart. Es importante que los asesores verifiquen tanto el auto como las seguridades del pasajero antes de iniciar el recorrido.

Tabla 9: Planificación del funcionamiento diario en relación al tiempo

PROCESO	TIEMPO	ENCARGADO
Emitir ticket para ingreso a pista	2 minutos	Cajero 1
Recibir ticket y equipar clientes con cascos y chompas	5 minutos	Encargado de pista
Entrega de Kart encendido e instrucciones	3 minutos	Encargado de pista
Larga de Karts desde pits	-	Encargado de pista
Monitoreo de pista durante prestación de servicio	10 minutos	Encargados de pista
Entrega de Cascos y chompas	3 minutos	Encaragado de pista
Mantenimiento	variable	Encargados de pista

Tabla 10: Planificación del funcionamiento en campeonatos en relación al tiempo

PROCESO	TIEMPO	ENCARGADO
Emitir ticket para ingreso a pista	2 minutos	Cajero
Recibir ticket y equipar clientes con cascos y chompas	5 minutos	Encargado de pista
Entrega de Kart encendido e instrucciones	3 minutos	Encargado de pista
Larga de Karts desde pits	-	Encargado de pista
Monitoreo de pista durante prestación de servicio	Variable	Encargados de pista
Entrega de Cascos y chompas	3 minutos	Encargado de pista
Premiación de competidores	10 minutos	Gerente General
Mantenimiento	variable	Encargados de pista

Condiciones de uso de las instalaciones

En base a una entrevista telefónica que se tuvo con el Karting Club de Guayaquil, los encargados supieron manifestar que una de las razones por las que las empresas que brindaban el servicio de alquiler de karts dejaron de operar se debió al mal uso de las instalaciones por parte de los usuarios, manifestaron que los clientes los usaban como carritos chocones y esto afectaba directamente en la rentabilidad de las empresas ya que reparar piezas importantes del kart es costoso.

Es por ello que Kaiser Karting va educar a sus consumidores antes de hacer uso de las instalaciones para evitar así accidentes y evitar daños en los karts que luego se traducen en costos no presupuestados, para esto se planea proyectar un tutorial de uso adecuado de los karts y las instalaciones poniendo énfasis en su seguridad personal. Se contará también con un reglamento estricto que sancione a los conductores que hagan mal uso de su kart y equipo.

7 CAPÍTULO VII. EVALUACIÓN FINANCIERA

Inversión Inicial

- El total de inversión para este proyecto será de \$108835, lo cual el 60% de esta inversión será por fondos propios y el 40% se pedirá financiamiento. Esta inversión de fondos propios será en activos y también en efectivo. (ver Anexo 8)

Financiamiento

- El préstamo se lo realizará a través del Banco Nacional de Fomento, con un monto de \$43534.00 en un plazo de 48 meses al 10% de interés anual. (ver Anexo 9)

Tabla 11: Condiciones de Préstamo

DETALLE	INICIAL
CAPITAL (VALOR DEL PRÉSTAMO)	43.534,00
PLAZO EN MESES	48
TASA INTERÉS ANUAL	10%

Gastos

- El total de gastos mensuales es de \$12506.66, conformados por servicios independientes que será el contador, servicios básicos, suministros de limpieza y oficina, gastos de publicidad, que se detallan en la P de promoción. (ver Anexo 10)

Flujo de Efectivo Anual

- El flujo de efectivo arroja una utilidad neta al primer año de 16914.62, a pesar de que los demás indicadores financieros, dan como resultado que el proyecto no es viable. (ver Anexo 11)

VAN

- La inversión del proyecto es elevada para tener un rendimiento sostenible y sustentable, por lo cual este proyecto no es viable. (ver Anexo 12)

TIR

- La tasa interna de retorno de este proyecto es del 6% lo cual, nos da como una visión a que este proyecto no es viable ya que la tasa de descuento es del 7%, por lo cual no es aconsejable invertir en este proyecto a menos de que se implementen estrategias para reducir costos e incrementar ventas. (ver Anexo 13)

Período de Recuperación de la Inversión

- Al realizar la evaluación financiera, nos da un valor positivo en el TIR pero no suficiente para invertir en este proyecto, pero aunque este no sea viable, la inversión se la recuperará en 4 años y 8 meses. (ver Anexo 14)

8 CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES GENERALES

- En el plano político, la forma de gobierno actual fomenta la constitución de PYMES por lo que se redujo el tiempo para constitución de las empresas, hoy en día se está reduciendo las tasas arancelarias paulatinamente y se espera que para el mes de Junio regresen a sus valores normales, por lo que se presenta de una manera positiva el plano político para el emprendimiento en una nueva empresa.
- De acuerdo a los indicadores macroeconómicos el país tiene un riesgo país que se ha incrementado por lo cual es difícil realizar una inversión segura.
- En el país se da un gran apoyo a la innovación tecnológica por lo cual se deberá estar siempre a la vanguardia y actualizar los equipos del karting para tener el mejor servicio.
- De acuerdo al ámbito social del país y el poder adquisitivo según el estudio de la consultora Price Waterhouse, la creación del y con kaiser karting tendría una gran apertura en la ciudad de Guayaquil
- Las actividades de esparcimiento necesitan de una inversión muy elevada ya que los componentes y su infraestructura es muy costosa, esto se debe a las seguridades que deben tener los parques temáticos para que sus clientes estén seguros y que ningún defecto de la infraestructura atente contra la integridad de los clientes.
- Se debe generar estrategias de mercado que atraigan y retengan a los clientes ya que en el mercado existe una gran diversidad de espacios que permiten a las personas realizar actividades de esparcimiento, es decir existe muchos competidores que satisfacen la misma necesidad sin embargo el enfoque que se busca permite diferenciarnos y no competir con todos los negocios que satisfacen la necesidad del ocio.
- El mercado nos permite negociar y escoger los distintos materiales con los que se fabricara el kart permitiendo obtener una ventaja para negociar con nuestros proveedores y escoger los mismos por la gran cantidad de locales de repuestos.
- Los guayaquileños fueron muy abiertos para contestar las preguntas, supieron reconocer el servicio mediante fotos y cuando se realizó las preguntas un 80% dijo que reconoce el servicio pero que es poco probable que asistan a la pista pero que estarían dispuestos a cambiar el cine o bares por el servicio de karting
- En base a la información recolectada señalaron que les gustaría contar con servicios complementarios como campeonatos amateurs, esto nos permite poder generar más valor lo mismo que se traducirá en mayor número de ventas mensual.
- En base a las entrevistas se puede concluir que el negocio posee un difícil ingreso, el ex campeón Santiago Dendarieta nos recomendó que no ingresemos a este negocio, así mismo el dueño de Mundo Kart en Quito comento la gran cantidad de dificultades que atraviesa a raíz de los aranceles y que mantiene su negocio por que le apasiona y por pasar el tiempo mas no por ser rentable.
- La plaza escogida se encuentra ubicada en una zona de alta rotación de personas, adicional a esto se encuentran ubicados colegios destinados a personas de estrato social alto por lo que se contaría con un mercado muy cerca de la plaza.
- El precio cuenta con varias versiones para no restringir el mercado y que una mayor cantidad de personas visiten Kaiser Karting, y puedan sentir la emoción de ir al límite. El producto es un servicios novedoso para la ciudad, es un servicio donde mujeres y hombre de cualquier edad podrán ser parte ya que contara con normas y servicio que brinden la seguridad necesaria sin perder la emoción.

REFERENCIAS

- Banco Mundial. (s.f.). Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador>
- Banco Santander. (2014). *Banco Santander*. Obtenido de <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/ecuador/presentacion-general>
- Damodaran. (2015). *Betas by Sector*. Obtenido de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
- Ecuador en Cifras. (2013). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/pobreza/>
- Ecuador en Cifras. (2014). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/uso-del-tiempo-2/>
- Ecuador en Cifras. (2014). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor>
- Ecuador en Cifras. (2014). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV_2015
- Ecuador en Cifras. (2015). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-septiembre-2015/>
- Ecuador en Cifras. (2015). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/pobreza/>
- Ecuador en Cifras. (2015). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/remuneraciones-y-horas-trabajadas/>
- Ecuador en Cifras. (2015). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/produccion-industrial/>
- El Mundo. (2016). Obtenido de <http://www.elmundo.es/motor/2016/01/18/569ce2d2268e3eb5678b45a1.html>
- El Telégrafo. (2014). Proyecto Golfo de Guayaquil. *El telégrafo*.
- El Universo. (2012). De noche por Samborondón. *El Universo*.
- ESPOL. (2015). Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14779/43/2_SECTORES%20MUNICIPALES.pdf
- Kotler, P. & Armstrng, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lambin, G. (2009). *Dirección de Marketing: Gestión estrategia y operativa del mercado*. México: Graw Hill.
- Prefectura del Guayas. (2015). Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/cantones/samborondon>
- Superintendencia de Compañías. (2015). Obtenido de http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul

ANEXOS

Anexo 1. Industria

PIB 2014	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	PIB Estimado
\$ 100,90	3,30%	\$ 0,007	-\$ 0,008	
Mil Millones	104,2297	104,9593079	\$104,12	\$104,12

PEST

PEST	Puntaje
Entorno Político	3,5
Entorno Económico	5
Entorno Cultural	2
Entorno Tecnológico	1

PORTER

PORTER	Puntaje
Poder de negociación con los clientes	1.8
Poder de negociación con proveedores	4.1
Productos sustitutos	1
Amenaza de nuevos competidores	3
Rivalidad entre competidores	3

Matriz de Análisis de la Industria		Atractivo					Calificación	
		Mucha	Poca	Neutral	Atractivo	Muy atractivo	Calificación	Promedio de calificación
Bareras de Entrada								
Economías de escala	Foco					Mucho	3	3,4
Diferenciación de producto	Foco					Alto	5	
Identificación de marcas	Baja					Alto	3	
Requerimiento de capital	Baja					Alto	2	
Experiencia	Sin importancia					Importante	4	
Rivalidad entre competidores								
Cantidad de competidores	Muchos					Pocos	3	3,0
Crecimiento de la industria	Lento					Rápido	2	
Costos fijos	Altos					Bajo	4	
Características del producto	Commodities					Especializados	3	
Capacidad de crecimiento	Alto crecimiento					Poco crecimiento	1	
Diversidad de Competidores	Alta					Baja	3	
Capacidad de negociación Compradores								
Número de clientes	Pocos					Algunos	2	1,8
Producto sustitutos	Varios					Pocos	1	
Costo de migración de compradores	Baja					Alto	2	
Influencia de la calidad	Baja					Alto	2	
Capacidad de negociación proveedores								
Cantidad de proveedores	Pocos					Varios	3	4,1
Productos sustitutos	Baja					Alto	3	
Costo de migración de proveedores	Alto					Bajo	3	
Capacidad de convertirse en competencia	Alta					Baja	3	
Precios de productos a proveer	Baja					Alto	4	
Contribución a la calidad del producto	Alta					Baja	3	
Utilidad de industria a los proveedores	Foco					Mucho	2	

Anexo 2. Análisis Interno

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	ENTORNO	VALOR	PESO	CALIFICACIÓN
OPORTUNIDADES				
1. No existe empresas que provean del mismo servicio	social	4	0,18	0,72
2. Mano de obra calificada para ensamblar y dar mantenimiento de carros	tecnológica	3	0,14	0,42
3. Baja de aranceles en piezas y partes automotrices	económica	3	0,11	0,33
4. Mercado objetivo potencial	social	2	0,06	0,12
5. Clima favorable para el entorno del negocio	social	3	0,15	0,45
AMENAZAS				
1. Poder de negociación con proveedores	social	2	0,11	0,22
2. Competencia indirecta de entretenimiento	social	1	0,05	0,05
3. Aumento de índice de desempleo	económico	2	0,09	0,18
4. Poder de negociación con los clientes	social	1	0,09	0,09
5. Productos sustitutos	social	3	0,02	0,06
TOTAL			1	2,6

Anexo 3. Focus Group

Focus Group preguntas

Buenos días, hemos vivido una apasionante sesión de karting aquí en Mundo Kart, por lo que pido por favor se presenten y me comenten que sintieron dentro de la pista y si es factible que este negocios tenga acogida en Guayaquil.

- Belén Briones respondió que le había gustado mucho lo que sintió dentro de la pista y comento que es algo distinto que es un lugar distinto a los lugares que suele ir normalmente y que permite salir de la rutina a las personas que en lo personal disfruto mucho y que en Guayaquil tendría mucha acogida ya que el Guayaquil nunca había practicado karting de manera amateur.
- Diego Valarezo respondió que es algo divertido que nunca lo había realizado y que no había escuchado que el Guayaquil se brinde este servicio, él dijo que si es factible la implementación de estos negocios en Guayaquil y él recomendó un lugar con gran afluencia de gente para generar un negocio de mayor volumen.
- Karol Salazar dijo estar de acuerdo con lo que compartió Belén, que es algo distinto y divertido a lo que realiza normalmente.
- Gonzalo Chávez nos supo mencionar que es una experiencia distinta, el si había asistido a otros Karting antes y dijo que sin duda recomendaría a las personas a asistir a estas pistas ya que se puede salir de la rutina.
- María Paula menciona no haber disfrutado tanto como los otros asistentes pero dijo que si llevaría a sus hijos a una pista a que se distraigan en un ambiente seguro.

¿Les parece que los precios que se cobrar 10 dólares por los 10 minutos de alquiler son justos?

- En cuanto a las políticas de precios que manejo Mundo Kart Belén Briones dijo que le parece un precio justo por el servicio que se recibe ya que se tiene seguridad los equipos funcionan correctamente y se da un equipo para proteger posibles quemaduras o colisiones.

- Diego Valarezo menciona que si le parece que los precios son elevados recomendó que se dé un enfoque distinto al negocio en donde los clientes paguen un poco menos ya que así una mayor cantidad de clientes estarían dispuestos a pagar por el servicio, recomendó que las instalaciones estén cercanas a un parque de mucha afluencia de gente para aplicar esta estrategia.
- Karol Salazar dijo que si estaría dispuesta a pagar los 10 dólares por 10 minutos debido a que es una experiencia diferente que te entrega mucha emoción.
- Gonzalo Chávez dijo estar dispuesto a pagar por el servicio sin embargo supo decir que él depende de sus padres económicamente por lo que no podría asistir con mucha frecuencia.
- María Paula dijo que los precios que tiene Mundo Kart están dentro de un rango aceptable, sin embargo ella comparó con otro tipo de parques temáticos acuáticos que existen en Guayaquil en donde puede pasar todo un día en las instalaciones.

¿Creen que un valor agregado sea vender fotografías instantáneas?

- Belén Briones considero que si generaría valor y que el mercado si compraría las fotografías.
- Karol Salazar comento sobre la cultura de consumo, ella expreso que las personas de Guayaquil tienden a ser noveleros y que todo lo nuevo los atrae por lo que las cámaras tendrían mucha acogida. Karol menciona que el pasado existía una pista en la que se alquilaba Karts pero su trazado era bastante irregular por lo que sugirió un terreno plano, ella dijo que ella sugiere tener mucha seguridad y reglas claras ya que los Guayaquileños son bastante exaltados y buscan ir al límite lo que ocasionaba accidentes graves en las pistas que operaban antes en la ciudad.
- Gonzalo Chávez dijo que si les gustaría que exista este servicios extra ya que a él le gusta guardar los recuerdos de los momentos que más emoción de dan a su vida.
- María Paula dijo que si pagaría por el servicio pero solo una vez ya que tener muchas fotos de lo mismo no le llama la atención y compartió la visión de Karol de que los Guayaquileños usarían por lo menos una vez el servicio para saber que se siente.
- Diego Valarezo dijo que él no compraría las fotos ya que no le genera ningún valor.

¿Con que personas te gustaría ir al Karting amigos, familia, novi@?

- Karol comento que a ella iría con todos ya que es un lugar que se presta para poder disfrutar momentos con tu familia, competir con amigos o pasar un buen rato con su novio sin importar el día o el clima ella dijo que iría y que lo disfrutaría.
- Gonzalo dijo que prefiere ir con sus amigos ya que podría hacer una carrera y demostrar quién es el mejor.
- Belén dijo que ella trataría de ir con la mayor cantidad de personas sin importar su relación, ella dice que así se divierte más ya que puede disfrutar un momento con cada uno.
- Diego comento que el disfrutaría mucho de ir con sus amigos y familiares ya que así él podría competir y poder tener un roce sin tener discusiones con otros corredores y el ambiente es mejor.
- María Paula dijo que ella llevaría a sus hijos y sobrinos a que se distraigan en la pista, también incluyo a los amigos de sus hijos.

¿Qué infraestructura les gustaría que tenga Kaiser Karting?

- Karol y Belén opinaron que ellas disfrutarían mucho en un ambiente abierto ya que así la velocidad de los carros las permite refrescarse y que mejor si llueve así sería más refrescante por el calor que existe en la zona.
- Gonzalo y Diego comentaron que les gustaría la idea de tener fotografías, banderas sellos de las escuderías como parte de la decoración ya que eso le podría hacer entrar en ambiente y disfrutar de las carreras en el circuito.
- María Paula dijo que ella se sentiría cómoda si el local contaría con un espacio para poder sentarse y tomarse un café o un jugo mientras sus hijos están corriendo en los karts.

Anexo 4. Cotizaciones

GO KART



Vendo **karting** en perfecto estado a 1200 precio negociable

\$1.200
Negociable

marca: Kart Mini del 200. perfecto estado precio negociable. sin motor

Otros Vehiculos - Guayaquil

MOTOR ESTACIONARIO GX120T2 – AR

CONDICIONES COMERCIALES:

PRECIO UNITARIO: \$ 784,98
FORMA DE PAGO: CONTADO
TIEMPO DE ENTREGA: 48 HORAS
LUGAR DE ENTREGA: BODEGAS LOCAL HONDA SHYRIS
GARANTIA: 6 MESES
VALIDEZ DE OFERTA: 15 DIAS

Saludos cordiales,

MARIA ELISA PALACIOS
ASESOR EXTERNO
LOCAL QUITO SHYRIS

INDUMOT S.A.
HONDA
The Power of Dreams

Dir: Av. Shyris N37-265 y El Espectador
Cel. 0998354916 Teléfono: (02) 3520002
shyrisadministracion@indumot.com.ec
www.hondamotos.ec

QUITO – ECUADOR

1) Bordillos pista					
COD.	RUBROS	UNIDAD	CANTIDAD	P.U.	PRECIO TOTAL
	Encofrado bordillos	ml	620,00	\$6,50	\$4.030,00
	Acero de refuerzo bordillos	kg	2400,00	\$1,11	\$2.664,00
	Hormigón 210 kg/cm ²	m3	32,55	\$120,00	\$3.906,00
	Corte juntas bordillo	ud	620,00	\$1,00	\$620,00
SUB TOTAL					\$11.220,00
2) Cubierta de estructura de acero y planchas de galvalum					
COD.	RUBROS	UNIDAD	CANTIDAD	P.U.	PRECIO TOTAL
	Cubierta estructura de acero y planchas de galvalume, con recolectores de agua lluvia	m2	120,00	\$130,00	\$15.600,00
SUB TOTAL					\$15.600,00
3) Pista de carreras					
COD	RUBROS	UNIDAD	CANTIDAD	P.U.	PRECIO TOTAL
	Limpieza de terreno	m2	608,8	\$1,09	\$663,59
	replanteo y nivelacion	m2	608,8	\$1,50	\$913,20
	compactacion	m2	608,8	\$1,37	\$834,06
	motoniveladora	m3	304,4	\$1,91	\$581,40
	Sub base clase 2	m3	304,4	\$20,56	\$6.258,46
	Base clase 2	m3	304,4	\$23,04	\$7.013,38
	Carpeta Asfaltica	m2	608,8	\$11,11	\$6.763,77
	Imprimacion	lt	608,8	\$1,07	\$651,42
Sub total					\$23.679,28
3) Pits					
COD	RUBROS	UNIDAD	CANTIDAD	P.U.	PRECIO TOTAL
	Limpieza de terreno	m2	225	\$1,09	\$245,25
	replanteo y nivelacion	m2	225	\$1,50	\$337,50
	compactacion	m2	225	\$1,37	\$308,25
	motoniveladora	m3	112,5	\$1,91	\$214,88
	Sub base clase 2	m3	112,5	\$20,56	\$2.313,00
	Base clase 2	m3	112,5	\$23,04	\$2.592,00
	Carpeta Asfaltica	m2	225,8	\$11,11	\$2.508,64
	Imprimacion	lt	225,8	\$1,07	\$241,61
Sub total					\$8.761,12
SUB TOTAL					\$59.260,40
IVA					\$7.111,25
TOTAL					\$66.371,64

Precios tomados de los precios unitarios publicados por la cámara de la industria de la construcción.

Anexo 7. Cotización de publicidad

EJERCICIO DE 3 MESES	MES	MES	MES
REVISTAS	1	2	3
RADIO LA BRUJA			
PROGRAMA	LA BRÚJULA	LA BRÚJULA	LA BRÚJULA
DURACIÓN CUÑA 30"	4 CUÑAS 30", 1 MENCIÓN	4 CUÑAS 30", 1 MENCIÓN	4 CUÑAS 30", 1 MENCIÓN
VALOR MENSUAL AVISO	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
RADIO LA METRO			
PROGRAMA	ROTATIVO EN LA TARDE	ROTATIVO EN LA TARDE	ROTATIVO EN LA TARDE
DURACIÓN CUÑA 30"	5 CUÑAS DIARIAS DE 30"	5 CUÑAS DIARIAS DE 30"	5 CUÑAS DIARIAS DE 30"
VALOR MENSUAL AVISO	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
ALFA SUPER ESTEREO			
PROGRAMA	ROTATIVO EN LA TARDE	ROTATIVO EN LA TARDE	ROTATIVO EN LA TARDE
DURACIÓN CUÑA 30"	5 CUÑAS DIARIAS DE 30"	5 CUÑAS DIARIAS DE 30"	5 CUÑAS DIARIAS DE 30"
VALOR MENSUAL AVISO	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
TOTAL INVERSIÓN REVISTAS	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00
VÍA PÚBLICA			
BUSES QUITO			
UBICACION	12 BUSES QUITO	12 BUSES QUITO	12 BUSES QUITO
FORMATO	LATERAL Y BACK	LATERAL Y BACK	LATERAL Y BACK
VALOR AVISO	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
TOTAL INVERSIÓN PRENSA	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
TV PAGA			
PAUTA DIRECTV.			
PAUTA EN VARIOS CANALES	66 cuñas horario AAA \$ 15.000,00	66 cuñas horario AAA \$ 15.000,00	66 cuñas horario AAA \$ 15.000,00
PAUTA EN TV CABLE			
PAUTA EN VARIOS CANALES	66 cuñas horario AAA \$ 10.000,00	66 cuñas horario AAA \$ 10.000,00	66 cuñas horario AAA \$ 10.000,00
PAUTA TV PAGA.	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
PUBLICIDAD DIGITAL			
SPOTIFY			
PAUTA REGULAR QUITO CUÑA DE 30"	PAUTA EN QUITO / JOVENES 15 A 24 CUÑA 30" 50.000 impresiones	PAUTA EN QUITO / JOVENES 15 A 24 CUÑA 30" 50.000 impresiones	PAUTA EN QUITO / JOVENES 15 A 24 CUÑA 30" 50.000 impresiones
VALOR AVISO	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00
FACEBOOK			
COMMUNITY MANAGER	MANEJO REDES 7 DISEÑO GRAFICO 1 POSTEO DIARIO/ INTERACCIÓN	MANEJO REDES 7 DISEÑO GRAFICO 1 POSTEO DIARIO/ INTERACCIÓN	MANEJO REDES 7 DISEÑO GRAFICO 1 POSTEO DIARIO/ INTERACCIÓN
VALOR AVISO	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
FACEBOOK GOOGLE			
PAUTA DIGITAL FACEBOOK / GOOGLE	PLANNER DIGITAL ALCANZAMOS A 100.000 PERSONAS DEL GRUPO OBJETIVO AL MES	PLANNER DIGITAL ALCANZAMOS A 100.000 PERSONAS DEL GRUPO OBJETIVO AL MES	PLANNER DIGITAL ALCANZAMOS A 100.000 PERSONAS DEL GRUPO OBJETIVO AL MES
VALOR AVISO	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL INVERSIÓN DIGITAL	\$ 1.925,00	\$ 1.925,00	\$ 1.925,00
IMPRESIÓN HOJAS VOLANTES			
FLYERS			
FLYERS PAPEL COUCHÉ FORMATO 10 X 21	2000 FLYERS 10 X 21 CM. PAPEL COUCHÉ 150G	2000 FLYERS 10 X 21 CM. PAPEL COUCHÉ 150G	2000 FLYERS 10 X 21 CM. PAPEL COUCHÉ 150G
VALOR AVISO	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL INVERSIÓN DIGITAL	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL INVERSIÓN RECOMENDADA	\$ 33.200,00	\$ 33.200,00	\$ 33.200,00

Anexo 8. Inversión Inicial

DETALLE	INICIAL
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	
EFFECTIVO	-
ACTIVOS FIJOS	
TERRENOS	
CONSTRUCCIÓN	77.000,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	4500
MUEBLES Y ENSERES	2.500,00
EQUIPOS DE OF.	400,00
VEHÍCULOS	20.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.700,00
UTENSILLOS O HERRAMIENTAS	1.000,00
OTROS ACTIVOS FIJOS	
ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	985,00
GASTOS DE INV. Y DESARROLLO	150,00
OTROS ACTIVOS DIFERIDOS	-
OTROS ACTIVOS	
PATENTES Y MARCAS	600,00
VALORES EN GARANTÍA	
DISTINTOS OTROS ACTIVOS	
TOTAL INVERSIÓN	108.835,00

Anexo 9. Financiamiento

FINANCIAMIENTO					
DETALLE	INVERSIÓN	FINANCIAMIENTO			
		INICIAL	PROPIO	SOCIOS	COOPERACIÓN
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	-				-
ACTIVOS FIJOS					
TERRENOS	-				-
CONSTRUCCIÓN	77.000,00	33.466,00			43.534,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	4.500,00	4.500,00			-
MUEBLES Y ENSERES OF.	2.500,00	2.500,00			-
EQUIPOS DE OF.	400,00	400,00			-
VEHÍCULOS	20.000,00	20.000,00			-
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.700,00	1.700,00			-
UTENSILLOS O HERRAMIENTAS	1.000,00	1.000,00			-
OTROS ACTIVOS FIJOS					-
ACTIVOS DIFERIDOS	1.135,00	1.135,00			-
OTROS ACTIVOS	600,00	600,00			-
TOTAL	108.835,00	65.301,00	-	-	43.534,00

Anexo 10. Gastos

DETALLE	V. MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
G. SUELDOS Y BS	3.234,39	38.812,63	40.753,26	42.790,92	44.930,47	47.176,99
ARRIENDO	6.000,00	72.000,00	75.600,00	79.380,00	83.349,00	87.516,45
SERV. INDEPENDIENTES	50,00	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
SEGUROS		-	-	-	-	-
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
SUMINISTROS DE OFICINA	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
SERVI. BÁSICOS	268,00	3.216,00	3.376,80	3.545,64	3.722,92	3.909,07
Luz	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Agua	80,00	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Teléfono	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Internet	28,00	336,00	352,80	370,44	388,96	408,41
MANTENIMIENTO	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
TRANSPORTE		-	-	-	-	-
COMBUSTIBLE	-	-	-	-	-	-
PUBLICIDAD	2.000,00	24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15
UNIFORMES		-	-	-	-	-
OTROS GASTOS	-	-	-	-	-	-
COMISIONES	-	-	-	-	-	-
IMPREVISTOS	364,27	4.371,26	4.589,82	4.819,31	5.060,28	5.313,29
TOTAL GASTOS	12.506,66	150.079,89	157.583,88	165.463,08	173.736,23	182.423,04

Anexo 14. Flujo de Efectivo Anual

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
DETALLE	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENTRADAS						
VENTAS/SERVICIOS PRESTADOS		216.000,00	222.480,00	229.154,40	236.029,03	243.109,90
OTROS INGRESOS		-	-	-	-	-
APORTACIÓN DE CAPITAL	65.301,00					
PRESTAMOS	43.534,00		-			
TOTAL ENTRADAS	108.835,00	216.000,00	222.480,00	229.154,40	236.029,03	243.109,90
SALIDAS						
SALIDAS DE INVERSIÓN						
CAPITAL DE TRABAJO I.	-					
ACTIVOS FIJOS	107.100,00	-	-	-	-	-
ACTIVOS DIFERIDOS	1.135,00	-	-	-	-	-
OTROS ACTIVOS	600,00	-	-	-	-	-
SALIDAS DE GASTOS CORRIENTES						
MATERIALES		25.869,60	27.977,97	30.258,18	32.724,22	35.391,24
G. SUELDOS Y BS		38.812,63	40.753,26	42.790,92	44.930,47	47.176,99
ARRIENDO		72.000,00	75.600,00	79.380,00	83.349,00	87.516,45
SERV. INDEPENDIENTES		600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
SEGUROS		-	-	-	-	-
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
SUMINISTROS DE OFICINA		480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
SERVI. BÁSICOS		3.216,00	3.376,80	3.545,64	3.722,92	3.909,07
MANTENIMIENTO		4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
TRANSPORTE		-	-	-	-	-
COMBUSTIBLE		-	-	-	-	-
PUBLICIDAD		24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15
UNIFORMES		-	-	-	-	-
COMISIONES		-	-	-	-	-
OTROS GASTOS OPERACIONALES						
IMPREVISTOS		4.371,26	4.589,82	4.819,31	5.060,28	5.313,29
G. FINANCIEROS		3.934,12	2.958,66	1.881,06	690,63	(0,00)
PART. EMPLEADOS 15%		3.979,91	3.656,37	3.295,26	2.979,14	2.441,79
IMPUESTO A LA RENTA 25%		5.638,21	5.179,86	4.668,29	4.220,45	3.459,21
PAGO DE PRESTAMO		9.315,50	10.290,96	11.368,55	12.558,99	0,00
TOTAL SALIDAS OPERACIONALES	108.835,00	198.817,22	207.647,70	216.934,42	226.909,66	223.715,28
FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)	-	17.182,78	14.832,30	12.219,98	9.119,37	19.394,62
EFECTIVO INICIAL	-	(12.852,00)	14.748,03	32.015,08	44.235,06	53.354,43
IVA COBRADO		25.920,00	26.697,60	27.498,53	28.323,48	29.173,19
IVA PAGADO	(12.852,00)	(15.502,75)	(16.370,32)	(17.288,81)	(18.261,36)	(19.291,36)
IVA X PAGAR		-	(7.892,52)	(10.209,72)	(10.062,12)	(9.881,83)
EFECTIVO FINAL	(12.852,00)	14.748,03	32.015,08	44.235,06	53.354,43	72.749,05

Anexo 15. VAN

VAN						
DETALLE	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	(108.835,00)					
FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)	- (Mundial, s.f.)	17.182,78	14.832,30	12.219,98	9.119,37	19.394,62
VALOR RESIDUAL						62.050,00
FEN (FLUJO DE EFECTIVO NETO)	(108.835,00)	17.182,78	14.832,30	12.219,98	9.119,37	81.444,62
FED (FLUJO DE EFECTIVO DESCONTADO)	(108.835,00)	16.134,07	13.077,03	10.116,30	7.088,70	59.444,87
TASA DE DESCUENTO	7%					
VAN = Σ FED - INV	105.860,96	- 108.835,00	=	(2.974,04)		

Anexo 16. TIR

TIR 6%						
DETALLE	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	(108.835,00)					
FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)	-	17.182,78	14.832,30	12.219,98	9.119,37	19.394,62
VALOR RESIDUAL						62.050,00
FEN (FLUJO DE EFECTIVO NETO)	(108.835,00)	17.182,78	14.832,30	12.219,98	9.119,37	81.444,62
FED (FLUJO DE EFECTIVO DESCONTADO)	(108.835,00)	16.253,05	13.270,62	10.341,77	7.300,13	61.669,42
TASA DE DESCUENTO	6%					
VAN = Σ FED - INV	108.835,00	- 108.835,00	=	(0,00)		

Anexo 17. Período de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN						
INVERSIÓN	108.835					
FEN ACUMULADO		17.182,78	32.015,08	44.235,06	53.354,43	134.799,05
PRI	4	AÑOS	8	MESES	-	