



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS. UPV

# TRABAJO FIN DE GRADO

## JULIO 2016

---

# Plan de negocio para un circuito de karts

Alumna: Andrea Ferrer Burgos

Tutor: Josep Domènech i de Soria

**Universitat Politècnica de València**  
**Grado en Administración y Dirección de Empresas**



## Agradecimientos

A mis compañeros de carrera por hacerme pasar unos años inolvidables y a mis profesores por enseñarme tanto durante esta gran etapa.

A las personas conocedoras del mundo de los karts que han atendido mis consultas sin ningún inconveniente.

En especial, a mi tutor Josep por su gran ayuda, sus consejos y por todo el tiempo dedicado en mí.

Finalmente, a mi familia, sobre todo a Jorge, que han sabido estar a mi lado y me han hecho ver que todo esfuerzo tiene su recompensa.



## INDICE

1. Introducción .....	11
1.1. Resumen .....	11
1.2. Objeto y objetivos.....	11
1.3. Estructura del trabajo .....	12
2. Estrategia.....	14
2.1. Visión.....	14
2.2. Misión .....	14
2.3. Valores .....	15
2.4. Unidades de negocio.....	16
3. Análisis del entorno.....	18
3.1. Macroentorno.....	18
3.2. Microentorno.....	31
4. Estudio de mercado .....	35
4.1. Demografía y público objetivo.....	35
4.2. Estilos de vida .....	36
4.3. Percepciones del público .....	37
4.4. Estudio de los competidores.....	38
4.5. Sinergias posibles.....	39
4.6. DAFO y líneas estratégicas.....	40
5. Plan de Marketing .....	42
5.1. Marketing estratégico.....	42
5.2. Estrategia de marca .....	43
5.3. Productos y precio .....	44
5.4. Comercialización .....	47
5.5. Promoción y comunicación.....	50
6. Plan de operaciones .....	53
6.1. Ubicación geográfica.....	53
6.2. Instalaciones .....	55
6.3. Operaciones .....	55
6.4. Seguridad del circuito .....	57

6.5. Gestión medioambiental .....	58
7. Organización y RRHH.....	59
7.1. Forma jurídica .....	59
7.2. Organización .....	61
7.3. Contratas.....	61
7.4. Descripción de puestos de trabajo .....	62
7.5. Selección de personal .....	64
7.6. Política retributiva .....	64
8. Plan económico-financiero .....	66
8.1. Plan de inversión.....	66
8.2. Plan de financiación .....	71
8.3. Gastos estimados.....	74
8.4. Ingresos estimados .....	76
8.5. Cuenta de pérdidas y ganancias previsional.....	79
8.6. Análisis de la rentabilidad financiera.....	80
9. Conclusiones.....	81
Bibliografía.....	84
ANEXO I: Preguntas realizadas en la encuesta .....	89
ANEXO II: Presupuesto centro lúdico de karts .....	90

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolución tipo de interés del BCE .....	20
Gráfico 2: Influencia de los grupos en la tasa anual del IPC.....	21
Gráfico 3: Evolución anual del IPC, Índice general y subyacente .....	21
Gráfico 4: Evolución intertrimestral de la ocupación, en miles (variación del 4º trimestre sobre el 3º del mismo año) .....	22
Gráfico 5: Evolución del total de ocupados, en tasa anual .....	22
Gráfico 6: Evolución intertrimestral del paro, en miles (variación del 4º trimestre sobre el 3º del mismo año).....	23
Gráfico 7: Evolución del total de parados, en tasa anual.....	24
Gráfico 8: Tasas de variación intertrimestral medido en términos de volumen encadenado con referencia en el año 2010 .....	25
Gráfico 9: Demanda nacional y exterior. Aportaciones al crecimiento del PIBpm .....	26
Gráfico 10: Encuestados pertenecientes a una asociación deportiva .....	36
Gráfico 11: Encuestados que practican regularmente algún deporte .....	36

### INDICE DE TABLAS

Tabla 1: El producto.....	14
Tabla 2: servicios a disposición del público .....	15
Tabla 3: El público.....	15
Tabla 4: Cambios tipo de interés del BCE .....	19
Tabla 5: Evolución trimestral del PIB España 2015 .....	24
Tabla 6: Evolución anual PIB España .....	25
Tabla 7: Evolución anual del PIB per cápita España .....	25
Tabla 8: Demanda. Volumen encadenado referencia 2010. Tasas de variación interanual .....	27
Tabla 9: Población residente en España.....	27
Tabla 10: Evolución del crecimiento interanual de la población de España por semestres (2011-2015).....	28
Tabla 11: Evolución demográfica de España. Primer semestre de 2015 .....	28
Tabla 12: Características de Karting Manises.....	38
Tabla 13: Características de Valencia Karting Center.....	39
Tabla 14: DAFO de King Karts .....	40
Tabla 15: Karting King Karts.....	45
Tabla 16: Boxes King Karts.....	46
Tabla 17: Outdoor King Karts.....	46
Tabla 18: Seguridad Vial King Karts .....	47
Tabla 19: Formas jurídicas de constitución de la empresa .....	60
Tabla 20: Coste anual de los trabajadores para la empresa .....	65
Tabla 21: Coste total anual del socio fundador.....	65
Tabla 22: Costes derivados de la constitución de una sociedad limitada.....	66
Tabla 23: Inversión inicial en la creación de King Karts.....	67
Tabla 24: Coste del mobiliario .....	68
Tabla 25: Amortización del mobiliario.....	69
Tabla 26: Coste de las aplicaciones informáticas .....	69
Tabla 27: Amortización de las aplicaciones informáticas.....	69
Tabla 28: Coste de la maquinaria .....	69
Tabla 29: Amortización de la maquinaria.....	69
Tabla 30: Coste de los equipos informáticos.....	70
Tabla 31: Amortización de los equipos informáticos .....	70
Tabla 32: Inversión necesaria para crear King Karts .....	71
Tabla 33: Condiciones préstamo ICO .....	71
Tabla 34: Tabla de amortización del préstamo .....	72
Tabla 35: Gastos previstos para el año 2017 (enero-junio) (en €).....	74
Tabla 36: Gastos previstos para el año 2017 (julio-diciembre) (en €) .....	75

Tabla 37: Evolución gastos (2017-2019) (en €) .....	76
Tabla 38: Ventas previstas para el año 2017 (enero-junio) (en €) .....	78
Tabla 39: Ventas previstas para el año 2017 (julio-diciembre) (en €) .....	78
Tabla 40: Ventas previstas (2017-2019) (en €).....	79
Tabla 41: Cuenta de pérdidas y ganancias previsional.....	79
Tabla 42: Patrimonio Neto previsto de los tres primeros años .....	80
Tabla 43: Ratios de Rentabilidad Financiera previstos de los tres primeros años.....	80

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Cinco fuerzas competitivas según Porter .....	31
Ilustración 2: Ubicación competidores y King Karts .....	33
Ilustración 3: Página web de King Karts .....	48
Ilustración 4: Ubicación de King Karts .....	54
Ilustración 5: Ubicación de King Karts vista satélite .....	54
Ilustración 6: Organigrama .....	61



# 1. Introducción

## 1.1. Resumen

El presente Trabajo Fin de Grado trata la elaboración de un plan de empresa consistente en la creación de un complejo de ocio y eventos donde la actividad principal es un circuito de karts (coches de competición de pequeña cilindrada), además de disponer de salas multiuso que se adaptan a las necesidades de los clientes. El nombre comercial para el complejo es “King Karts”.

La idea principal reside en ofrecer un servicio de ocio para todos los públicos además de tener a disposición de los clientes salas multiuso. Se trata de un complejo de calidad que se diferencia por la diversidad del público al que va dirigido. Los clientes pueden ser familias con hijos pequeños o jóvenes, grupos de amigos, grupos escolares o empresas.

Los principales clientes para el fin de semana serán las familias y grupos de amigos, y entre semana predominarán los grupos escolares y empresas. Este último se considera un cliente con mucho potencial, hoy en día pocas empresas dudan de lo valioso que son los recursos humanos en la empresa y la necesidad que existe de cuidar a todos los trabajadores con actividades que fomenten la motivación e integración.

Una vez establecida la idea, el desarrollo del proyecto se centrará en concluir si es viable y si aporta suficiente rentabilidad económica y financiera, a través de análisis, estudios y factores que puedan afectar a la empresa.

## 1.2. Objeto y objetivos

El objeto del Trabajo Fin de Grado (TFG) que se va a desarrollar consiste en la creación de complejo de ocio donde la actividad principal es el karting. Se trata de una empresa donde se podrá disfrutar de un circuito de karts, además de una sala multiuso para completar las necesidades de los clientes.

Durante los primeros años de funcionamiento, la empresa contará con un solo circuito, pero se prevé la posibilidad de construir un circuito más para poder adaptarse perfectamente a cada cliente y poder distinguir entre edades y experiencia de conducción de los clientes.

El objeto consiste en realizar el análisis de la estrategia que va a aplicar la empresa para tener unos objetivos claros a largo plazo, en estudiar el entorno que

rodea al negocio para poder anticiparse a posibles cambios, en analizar el mercado al que va a dirigirse para satisfacer las necesidades de la población y en elaborar el plan de marketing para conseguir objetivos de ventas. También, será objeto concluir si el proyecto resulta viable y rentable en el aspecto técnico, comercial y económico.

En cuanto a los objetivos del TFG, se pueden dividir en objetivos a nivel externo y objetivos a nivel interno de la empresa.

A nivel externo se encuentran los siguientes:

- Estudiar el macroentorno mediante el análisis PESTEL.
- Analizar el microentorno a través de las cinco fuerzas competitivas según Michael Porter.
- Realizar el estudio de los competidores directos de la empresa para la posterior elaboración del DAFO y líneas estratégicas.

A nivel interno de la empresa se ubican los siguientes objetivos:

- Conocer el mercado al que va a dirigirse King Karts.
- Elaborar un plan de marketing donde quede definida la estrategia, los productos y precios que se van a ofrecer, así como, la promoción y comunicación del circuito.
- Realizar un plan de operaciones en el que se muestre la ubicación más adecuada para la empresa, las instalaciones y la operativa.
- Definir la forma jurídica de la empresa, los puestos de trabajo y la política retributiva.
- Analizar la viabilidad y rentabilidad del negocio.

### 1.3. Estructura del trabajo

En este punto se va a describir todas las partes de las que va a constar este Trabajo Fin de Grado con la finalidad de estudiar la viabilidad del plan de negocio del complejo.

Para comenzar, se explicará la estrategia en la que se va a basar la empresa para el desarrollo del plan de negocio. En dicha parte se hablará de la visión, misión, valores y de las distintas unidades de negocio que comprende el karting.

En segundo lugar, se realizará el análisis del entorno. Para estudiar el macroentorno se utilizará el modelo PESTEL, donde se detallarán factores políticos, económicos, sociales-culturales, tecnológicos, ecológicos y legales que afectan a la empresa e influyen en su actividad principal. En el análisis del microentorno, se va a utilizar el modelo de las cinco fuerzas de Porter para estudiar el poder de negociación

de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la rivalidad entre los competidores existentes, la amenaza de entrada de los nuevos competidores y la amenaza de posibles productos sustitutivos.

A continuación, se llevará a cabo el estudio de mercado. En este apartado se analizará la demografía del radio de acción de la empresa, el público objetivo y los estilos de vida y percepciones del público objetivo, así como, se estudiarán los competidores directos y las sinergias posibles. Una vez analizado el entorno de la empresa y los competidores directos se elaborará la matriz DAFO, donde se desarrollarán las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la empresa, así como, las líneas estratégicas en las que se va a centrar la compañía.

En cuarto lugar, se elaborará el plan de marketing, determinando el marketing estratégico, la estrategia de marca y los distintos productos y precios que ofrecerá la empresa. Para finalizar con el cuarto apartado se estudiará la comercialización de los productos, distinguiendo entre cada unidad de negocio, así como, la promoción y comunicación.

Seguidamente, se tratará el plan de operaciones. Aquí se describirá la ubicación del complejo de karts, las instalaciones, el proceso de venta del servicio, la seguridad del circuito y la gestión medioambiental.

En sexto lugar, se realizará el plan de organización y recursos humanos, donde se detallará la forma jurídica que adoptará la empresa, la estructura organizativa, además de la enumeración de los distintos servicios que se van a subcontratar, la descripción de los puestos de trabajo, del método de selección del personal, de las formas de contratación y de la política retributiva.

En séptimo lugar, el plan económico-financiero constará del plan de inversión y financiación, los ingresos y gastos estimados, la cuenta de pérdidas y ganancias previsional y el análisis de la rentabilidad financiera.

Por último, se extraerán las conclusiones del proyecto acerca de su viabilidad y rentabilidad.

## 2. Estrategia

### 2.1. Visión

La visión se puede definir como la situación en la que quiere encontrarse la empresa a largo plazo. Sirve para orientar en la toma de decisiones y debe ser alcanzable.

La visión de King Karts es crear una empresa de ocio y eventos que esté cerca del cliente satisfaciéndolo y divirtiéndolo, ofreciendo servicios diversos, innovadores y de alta calidad con el objetivo de ser rentables y permanecer en el tiempo.

### 2.2. Misión

La misión es el motivo o razón de existencia de la empresa. Define qué se va a hacer, cómo se va a hacer y para quién se va a hacer.

- ¿Qué se va a hacer?

Ofrecer un servicio de ocio y eventos mediante la explotación de un circuito de karts y salas multiuso.

TABLA 1: EL PRODUCTO

<b>Alquiler de karts</b>	<b>MULTIPRODUCTO</b>
<b>Competiciones</b>	
<b>Uso privado del circuito</b>	
<b>Educación y seguridad vial</b>	
<b>Outdoor training</b>	
<b>Reuniones y convenciones de empresas</b>	
<b>Eventos varios (despedidas de soltero o soltera, fiestas de cumpleaños...)</b>	

Fuente: Elaboración propia

- ¿Cómo se va a hacer?

TABLA 2: SERVICIOS A DISPOSICIÓN DEL PÚBLICO

Un circuito divisible, donde no haya largas colas de espera	<b>IMAGEN + MARCA</b>
Un circuito seguro, moderno, nuevo y divertido	
Karts divertidos y de calidad, siempre con la mejor puesta a punto	
Karts para todas las edades y niveles de experiencia	
Karts adaptados a personas con minusvalía o discapacidad	
Karts biplaza, pensado para aquellas personas que no puedan conducir	
Servicios complementarios	

Fuente: Elaboración propia

- ¿Para quién se va a hacer?

Para una base amplia de la sociedad amante del motor, la competición y la aventura.

TABLA 3: EL PÚBLICO

Público en general	<b>TARGET AMPLIO</b>
Jóvenes	
Niños	
Aficionados al motor	
Empresas	

Fuente: Elaboración propia

### 2.3. Valores

Los valores determinan ciertas tendencias o comportamientos de la empresa ante determinadas circunstancias.

Los principales valores de King Karts son:

- **Calidad:** Tanto el circuito como los karts son de gran calidad, donde van a disfrutar hasta los pilotos más exigentes. La alta calidad con la que cuenta

la empresa es fundamental para fidelizar a los clientes y ganar cuota de mercado.

- **Comunicación:** La relación de los trabajadores es sincera y fluida, al igual que con los clientes.
- **Responsabilidad:** King Karts se compromete a respetar el medioambiente y también, a implantar las medidas de seguridad necesarias para el buen uso del circuito y para el bienestar de los usuarios.
- **Originalidad:** se busca innovar y cambiar tanto en aspectos laborales como en estrategias organizativas.
- **Honestidad:** se fomenta en los trabajadores y en los clientes. El fin es crear un vínculo de confianza entre la empresa y el cliente.

### 2.4. Unidades de negocio

Se va a distinguir entre diferentes unidades de negocio para poder adecuarse mejor a cada grupo de clientes.

- **Karting**

Se ofrece la posibilidad de practicar un deporte de motor competitivo y económico, familiar o de amigos, en un ambiente limpio, agradable y cómodo. Sin ningún tipo de discriminación hacia personas con problemas de vista o con discapacidad.

El objetivo es rentabilizar al máximo las instalaciones del complejo.

- **Privados**

Los aficionados disponen de un lugar donde practicar su afición favorita de forma segura y donde guardar y cuidar su kart, una máquina de precisión y el equipamiento de piloto (guantes, mono, casco...).

El objetivo es obtener ingresos fijos.

- **Educación**

Las actividades que se desarrollan en el complejo fomentan actitudes de conciencia ciudadana, además de desarrollar en los niños hábitos encaminados a la creación del sentido vial y capacitar en la faceta de peatón autónomo o conductor de bicicleta.

El objetivo es fidelizar clientes jóvenes y rentabilizar instalaciones y recursos evitando la estacionalidad semanal durante época escolar.

## Plan de negocio para un circuito de karts

- Empresas

Se busca ofrecer a las empresas un medio para cambiar la forma de sentir, pensar y actuar de las personas en el trabajo, transmitiendo valores y actitudes. También, es una buena actividad de motivación e integración en las organizaciones.

El objetivo es rentabilizar instalaciones y recursos evitando la estacionalidad semanal durante la época no estival.

## 3. Análisis del entorno

Durante este apartado se va a realizar el análisis del entorno de la empresa, obteniendo información y estudiando todos los factores que pueden afectar al negocio, tanto externos como internos. Conocer el entorno empresarial puede serle a la organización de gran ayuda a la hora de tomar decisiones.

### 3.1. Macroentorno

En este punto se va a analizar el entorno en el que se encuentra el complejo. Consiste en estudiar todos los factores que le afectan, pero que se encuentran fuera del control de la misma. Se va a estudiar a través del análisis PESTEL donde se analizarán los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que pueden influir en el funcionamiento de la empresa y que resultan muy determinantes para la toma de decisiones.

#### 3.1.1. Factores políticos

Tanto el gobierno de España como el gobierno de la Comunidad Valenciana y el gobierno local influyen en las decisiones de la empresa, por lo que resulta importante estudiarlo y ver sus tendencias para ver en qué medida favorece y perjudica a la creación de una empresa y a su futuro funcionamiento.

Actualmente, el gobierno de la Comunidad Valenciana ha cambiado después de un largo periodo y la política española está en una época de gobierno en funciones. Esto, puede afectar a la empresa positivamente o negativamente, ya que muchas de las decisiones políticas influyen en las organizaciones y afectan a la competitividad empresarial, como, por ejemplo, políticas fiscales, tributarias, monetarias, regulación del mercado laboral, legislación mercantil, administrativa, etc.

Como el complejo de karts va a estar ubicado en Paterna, resulta necesario destacar que el actual alcalde del municipio es Juan Antonio Sagredo. Pertenece al partido socialista y asegura que en su gobierno va a adquirir relevancia la transparencia, la protección del ciudadano y las tradiciones locales (Ajuntament de Paterna, 2016). El anterior alcalde a Sagredo, Lorenzo Agustí del Partido Popular, decidió abandonar la política tras ser imputado en dos causas judiciales.

#### 3.1.2. Factores económicos

La Comunidad Valenciana posee una economía que evoluciona de forma pareja a la española. Así, durante los últimos años, concretamente desde el 2008, ha sufrido

una fuerte crisis económica y financiera que ha afectado significativamente a muchos españoles y por la tanto, también al sector empresarial.

La crisis española trajo problemas como la burbuja inmobiliaria, la crisis bancaria y la elevada tasa de desempleo. Actualmente, se podría decir que España va recuperándose y creciendo a nivel económico y financiero.

Para hacer un estudio acerca de los factores económicos que afectan a la empresa se va a indagar en el tipo de interés, el IPC, la tasa de empleo y desempleo, el PIB y la demanda nacional y exterior.

### 3.1.2.1. Tipo de interés

El primer aspecto a analizar es el tipo de interés. Se trata del precio que pagas por el uso de una cantidad de dinero durante un determinado periodo de tiempo. Es decir, es el precio del dinero y de los recursos financieros. Se va a estudiar el tipo de interés del Banco Central Europeo, ya que es denominado tipo de referencia (European Central Bank, 2016).

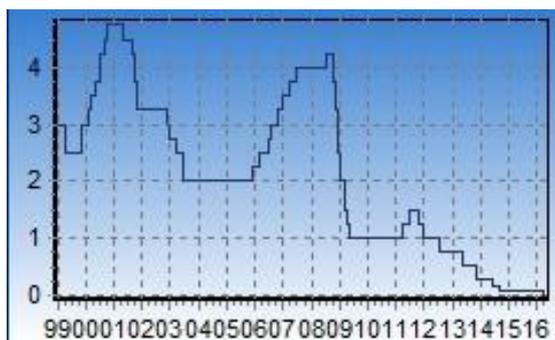
El tipo de interés sirve para llevar a cabo la política monetaria del país, la tabla y el gráfico siguientes muestran como bajó el año pasado a 0,05% y actualmente a 0% anual. Lo que quiere decir que el BCE no exige ninguna recompensa por prestar dinero a los bancos que lo soliciten. Y, por tanto, aumenta la flexibilidad de los bancos a la hora de prestar dinero, lo que resulta favorable para una empresa.

**TABLA 4: CAMBIOS TIPO DE INTERÉS DEL BCE**

<b>10-03-2016</b>	<b>0,000%</b>
<b>04-09-2014</b>	0,050%
<b>05-06-2014</b>	0,150%
<b>07-11-2013</b>	0,250%
<b>02-05-2013</b>	0,500%
<b>05-07-2012</b>	0,750%
<b>08-12-2011</b>	1,000%
<b>03-11-2011</b>	1,250%
<b>07-07-2011</b>	1,500%
<b>07-04-2011</b>	1,250%

Fuente: Elaboración propia a partir de BCE (European Central Bank, 2016)

GRÁFICO 1: EVOLUCIÓN TIPO DE INTERÉS DEL BCE



Fuente: BCE (European Central Bank, 2016)

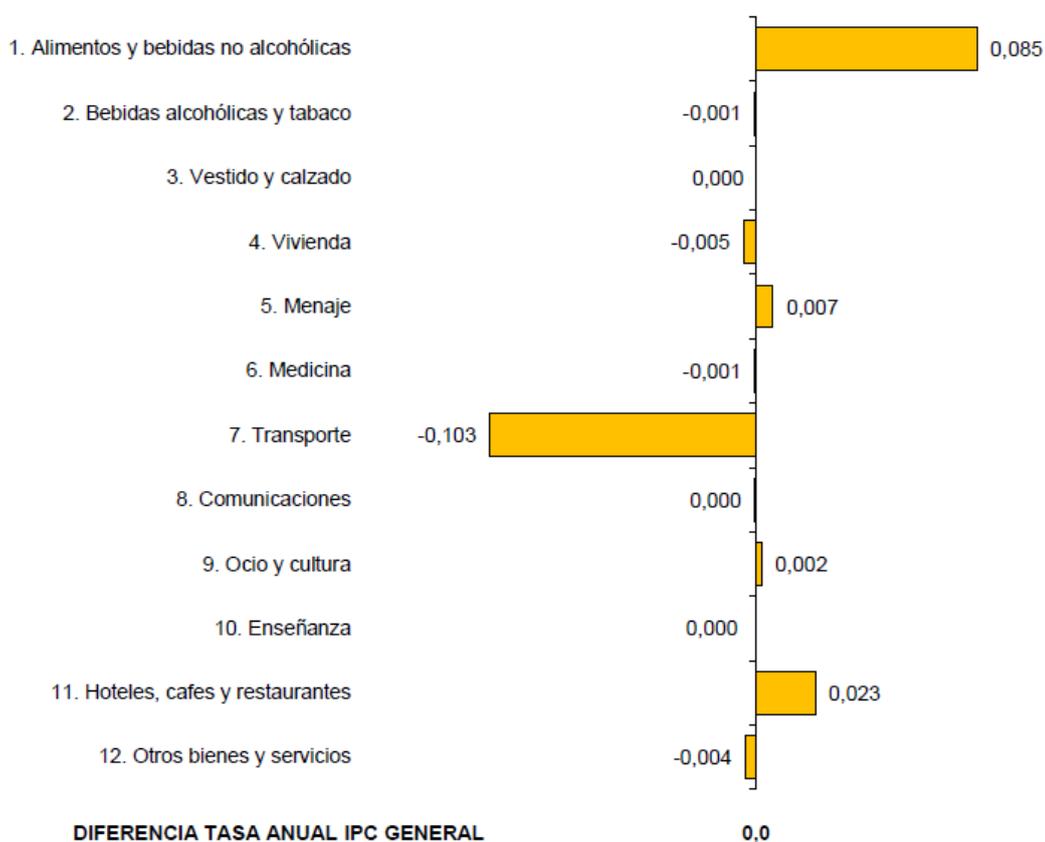
### 3.1.2.2. Índice de Precios al Consumo (IPC)

El siguiente aspecto a examinar es el IPC, Índice de Precios al Consumo. El IPC permite conocer cuánto cuesta un conjunto de artículos representativos del consumo familiar, lo que se conoce como cesta. Así, se puede comprobar si la cesta de bienes y servicios de un determinado país se ha encarecido o se ha abaratado. (Instituto Nacional de Estadística, 2016)

La tasa de variación anual del IPC en el mes de marzo es del -0,8. El grupo con influencia negativa que más destaca es el transporte, debido a que el precio de los carburantes y lubricantes han subido menos que en marzo de 2015. Por otra parte, los grupos con mayor influencia positiva son alimentos y bebidas no alcohólicas, se debe a la subida de los precios de las legumbres y hortalizas frescas, y hoteles, cafés y restaurantes, a causa del aumento de los precios de hoteles y otros alojamientos mayor que el año pasado.

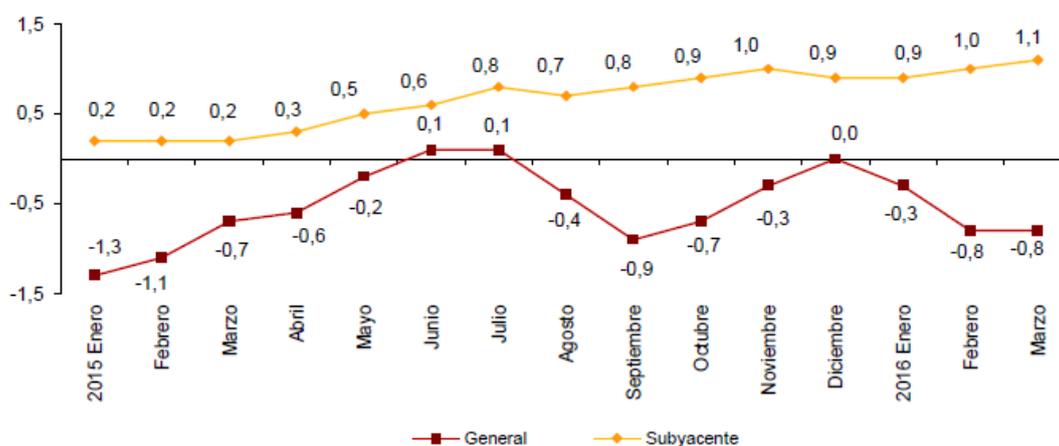
El grupo ocio y cultura, el cual abarca la actividad de karting, se puede observar en el gráfico como prácticamente mantiene sus precios.

GRÁFICO 2: INFLUENCIA DE LOS GRUPOS EN LA TASA ANUAL DEL IPC



Fuente: Índice de Precios de Consumo (IPC) (Instituto Nacional de Estadística, 2016)

GRÁFICO 3: EVOLUCIÓN ANUAL DEL IPC, ÍNDICE GENERAL Y SUBYACENTE



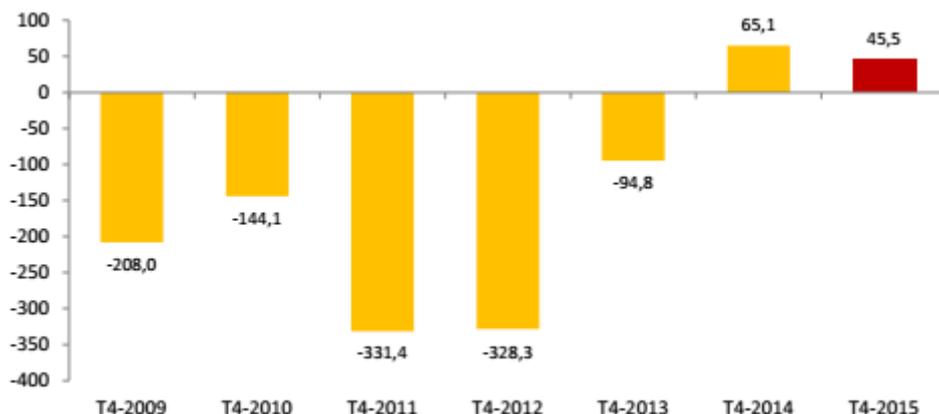
Fuente: Índice de Precios de Consumo (IPC) (Instituto Nacional de Estadística, 2016)

### 3.1.2.3. Tasa de empleo y desempleo

Otro aspecto económico a tener en cuenta es la tasa de empleo y desempleo. Respecto a la ocupación, tal y como se muestra en el siguiente gráfico, se puede ver

como en el cuarto trimestre del 2015 el número de ocupados aumentó en 45.500 personas, por lo que la tasa de variación trimestral es del 0,25%. La tasa de empleo se encuentra en el 47,01%, lo que supone un incremento de 11 centésimas respecto del trimestre anterior.

**GRÁFICO 4: EVOLUCIÓN INTERTRIMESTRAL DE LA OCUPACIÓN, EN MILES (VARIACIÓN DEL 4º TRIMESTRE SOBRE EL 3º DEL MISMO AÑO)**

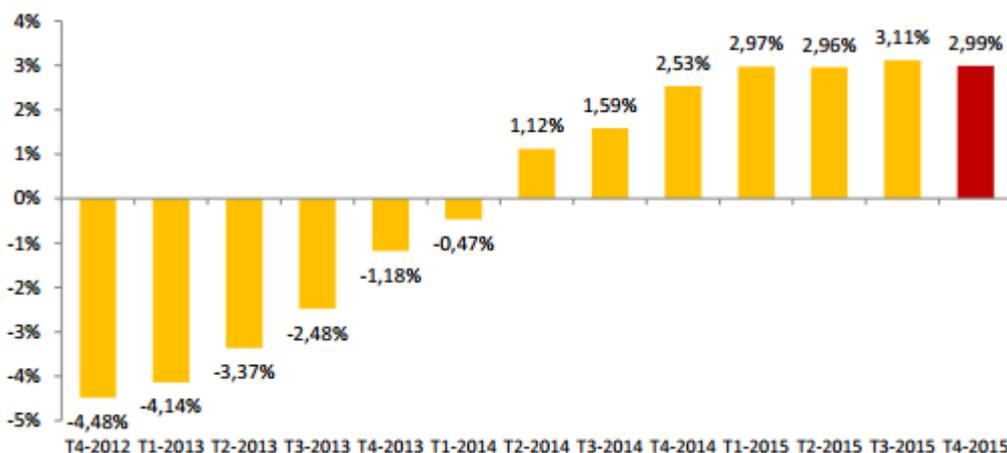


Fuente: Encuesta de Población Activa (EPA) (Instituto Nacional de Estadística, 2016)

Por sexo, el empleo aumenta entre las mujeres (78.600 más) mientras que disminuye entre los hombres (33.200 menos). Por edad, el empleo crece en los grupos a partir de 40 años (92.000 más) y disminuye en los grupos menores de 40 (53.700 menos). Por nacionalidad, la ocupación crece entre los españoles (35.700 más) y entre los extranjeros (9.800 más).

La evolución en el último año muestra que el empleo ha incrementado en 525.100 personas. La tasa de variación anual de la ocupación se sitúa en el 2,99%.

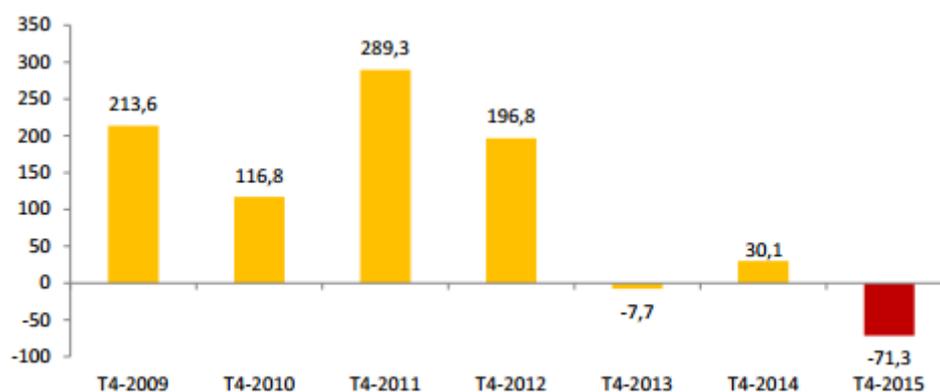
**GRÁFICO 5: EVOLUCIÓN DEL TOTAL DE OCUPADOS, EN TASA ANUAL**



Fuente: Encuesta de Población Activa (EPA) (Instituto Nacional de Estadística, 2016)

Respecto al desempleo y la tasa de paro, el último trimestre de 2015 el paro disminuye en 71.300 personas. El número total de parados se sitúa en 4.779.500, el nivel más reducido desde el cuarto trimestre de 2010. La tasa de paro se encuentra en el 20,90%, la más baja desde el segundo trimestre de 2011.

**GRÁFICO 6: EVOLUCIÓN INTERTRIMESTRAL DEL PARO, EN MILES (VARIACIÓN DEL 4º TRIMESTRE SOBRE EL 3º DEL MISMO AÑO)**



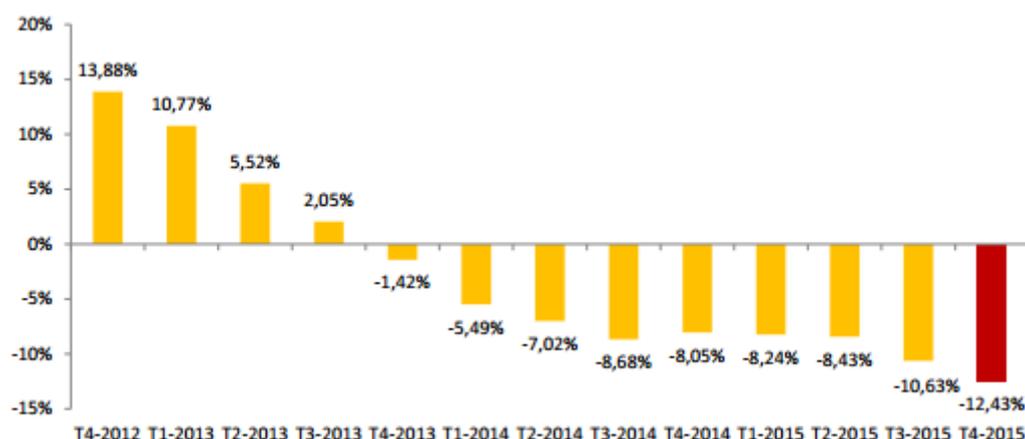
Fuente: Encuesta de Población Activa (EPA) (Instituto Nacional de Estadística, 2016)

Por sexo, el paro decrece entre los hombres en 71.200 y entre las mujeres no varía prácticamente. Por edad, hay un descenso de desempleo sobre todo en los menores de 25 años (79.100 menos), sin embargo, el paro crece en los mayores de 55 años (13.900 más). Por nacionalidad, el paro baja tanto entre los españoles (53.700 menos) como entre los extranjeros (17.600 menos).

La evolución del paro en variación anual es del -12,43%. En un año el total de desempleados se ha reducido en 678.200 personas, es el mayor descenso del número de parados en un año de la serie histórica de la EPA.

Esta evolución resulta muy positiva, y parece que la tendencia seguirá en los próximos años. A pesar de esto, la disponibilidad del factor trabajo es muy alta, ya que su tasa de desempleo todavía supera el 20%.

GRÁFICO 7: EVOLUCIÓN DEL TOTAL DE PARADOS, EN TASA ANUAL



Fuente: Encuesta de Población Activa (EPA) (Instituto Nacional de Estadística, 2016)

#### 3.1.2.4. Producto Interior Bruto (PIB)

El siguiente factor a explicar es el Producto Interior Bruto (PIB). El PIB en España engloba el conjunto de bienes y servicios finales producidos en España durante un determinado periodo de tiempo (trimestral o anual). El PIB per cápita es lo que resulta de dividir el PIB entre el número total de habitantes. Tanto el PIB como el PIB per cápita son medidas muy útiles para comparar la situación económica entre distintos países.

El PIB generado en España medido en términos de volumen encadenado con referencia en el año 2010 ha presentado un crecimiento trimestral del 0,8% en el cuarto trimestre de 2015. En términos anuales ha crecido un 3,5%, una décima más que el trimestre anterior. La cifra total del PIB en España en el año 2015 es de 1.081.190€ y la del primer trimestre del año 2015 es de 274.220€. En referencia al PIB per cápita, presenta una cifra de 23.300€ en el 2015.

Se puede observar que el PIB de España ha presentado un claro aumento del año 2014 al 2015.

TABLA 5: EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL PIB ESPAÑA 2015

Fecha	PIB Mil. €	Var. Trim.	Var. Anual
IV Trim 2015	274.220€	0,6%	3,5%
III Trim 2015	271.762€	0,8%	3,4%
II Trim 2015	268.988€	1,0%	3,2%
I Trim 2015	266.220€	0,9%	2,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2015)

**TABLA 6: EVOLUCIÓN ANUAL PIB ESPAÑA**

Fecha	PIB Mil. €	Var. anual
2015	1.081.190€	3,2%
2014	1.041.160€	1,4%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2015)

**TABLA 7: EVOLUCIÓN ANUAL DEL PIB PER CÁPITA ESPAÑA**

Fecha	PIB Per C.	Var. Anual
2015	23.300€	2,2%
2014	22.780€	1,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2015)

En cuanto al entorno europeo, la Unión Europea (UE-28) ha presentado un crecimiento trimestral positivo de 0,3%, al igual que la Eurozona (UEM-19), donde también se ha visto una variación del 0,3%.

**GRÁFICO 8: TASAS DE VARIACIÓN INTERTRIMESTRAL MEDIDO EN TÉRMINOS DE VOLUMEN ENCADENADO CON REFERENCIA EN EL AÑO 2010**



Fuente: Contabilidad nacional trimestral (Instituto Nacional de Estadística, 2016)

### 3.1.2.5. Demanda

El último factor a estudiar es la demanda, se puede observar que el crecimiento del PIB español se debe a una contribución similar de la demanda nacional (4,1 puntos) y a una aportación menos negativa de la demanda exterior (de -0,7 a -0,6). Por lo que la demanda nacional se mantiene y la externa mejora.

GRÁFICO 9: DEMANDA NACIONAL Y EXTERIOR. APORTACIONES AL CRECIMIENTO DEL PIBPM



Fuente: Contabilidad nacional trimestral (Instituto Nacional de Estadística, 2016)

En lo que se refiere a la demanda nacional, los dos elementos más importantes que la componen son el gasto en consumo final y la inversión en capital fijo.

El gasto en consumo final presenta un aumento en la variación del último trimestre del 2015 frente al trimestre anterior. El gasto en consumo final en los hogares ha aumentado menos que el trimestre anterior, mientras que el gasto en consumo final de las Administraciones Públicas ha presentado una variación 7 décimas superior al trimestre anterior.

Al contrario que la inversión en capital fijo, que presenta una tasa menor en el cuarto trimestre del 2015 frente al trimestre anterior (3 décimas menos). Los activos fijos materiales tienen una variación menor que el trimestre anterior, sin embargo, la inversión en productos de la propiedad intelectual crece hasta situarse en un 2,8% (1,1 puntos más).

Por último, la contribución de la demanda externa al PIB español se sitúa en -0,6, lo que supone una décima menos negativa que en el trimestre precedente. Las exportaciones de bienes y servicios han acelerado su tasa de crecimiento (de 4,5% a 5,3%), al igual que las importaciones, que han aumentado su ritmo de crecimiento 5 décimas (de 7,2% a 7,7%).

**TABLA 8: DEMANDA. VOLUMEN ENCADENADO REFERENCIA 2010. TASAS DE VARIACIÓN INTERANUAL**

	2014				2015			
	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV
<b>PRODUCTO INTERIOR BRUTO a precios de mercado</b>	<b>0,4</b>	<b>1,2</b>	<b>1,7</b>	<b>2,1</b>	<b>2,7</b>	<b>3,2</b>	<b>3,4</b>	<b>3,5</b>
Gasto en consumo final de los hogares	0,3	1,1	1,5	1,8	2,6	2,9	3,6	3,5
Gasto en consumo final de las ISFLSH	2,1	1,8	0,5	0,8	0,7	0,2	1,6	1,4
Gasto en consumo final de las AAPP	0,0	0,2	0,2	-0,5	1,5	2,5	3,0	3,7
Formación bruta de capital fijo	1,4	4,3	3,4	4,9	6,1	6,3	6,7	6,4
- Activos fijos materiales	1,0	4,7	3,6	5,6	7,0	7,1	7,6	7,1
• Construcción	-6,5	0,8	1,3	4,1	6,2	5,2	5,2	4,6
• Bienes de equipo y activos cultivados	15,5	11,6	7,4	8,1	8,3	10,1	11,2	10,9
- Productos de la propiedad intelectual	3,9	1,8	2,2	0,7	1,0	1,9	1,7	2,8
Variación de existencias y adquisiciones menos cesiones de objetos valiosos (*)	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1	0,0	0,2	0,2
Demanda nacional (*)	0,7	1,8	1,8	2,0	3,1	3,4	4,1	4,1
Exportaciones de bienes y servicios	4,6	2,8	6,4	6,5	5,8	6,0	4,5	5,3
Importaciones de bienes y servicios	6,2	5,2	7,3	6,8	7,6	7,4	7,2	7,7
(*) Aportación al crecimiento del PIB a precios de mercado								

Fuente: Contabilidad nacional trimestral (Instituto Nacional de Estadística, 2016)

### 3.1.3. Factores sociales-culturales

Dentro del entorno social se va a estudiar las características demográficas de España, diferenciando el volumen de la población entre mujeres, hombres, españoles y extranjeros y analizando la natalidad y mortalidad de la sociedad.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, se puede ver como el volumen de población ha descendido un 6% desde el comienzo del 2015 hasta julio del mismo año, contando ahora con 46.423.064 habitantes. El mayor descenso se ha visto en la población extranjera. Además, el descenso de los hombres ha sido mayor que el de las mujeres.

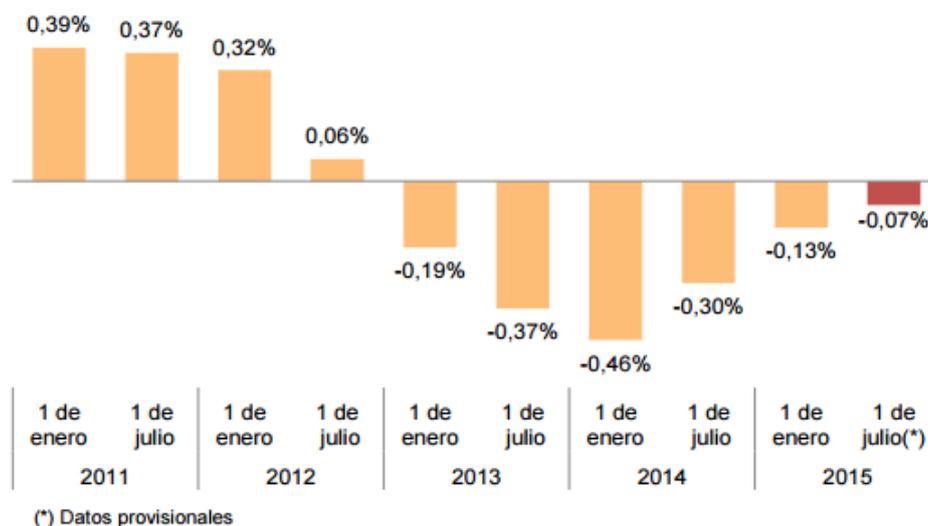
**TABLA 9: POBLACIÓN RESIDENTE EN ESPAÑA**

Población residente en España	Población a 01/01/2015	Población a 01/07/2015	Variación %
Población total	46.449.565	46.423.064	-0,06
Hombres	22.826.546	22.807.603	-0,08
Mujeres	23.623.019	23.615.461	-0,03
Españoles	41.995.211	41.996.253	0,00
Extranjeros	4.454.353	4.426.811	-0,62

Fuente: Cifras de Población (Instituto Nacional de Estadística, 2015)

En el año 2012 fue cuando comenzó el descenso poblacional, pero en el siguiente gráfico se observa que se ha moderado el ritmo de descenso, por lo que sigue resultando preocupante, pero en menor medida.

**TABLA 10: EVOLUCIÓN DEL CRECIMIENTO INTERANUAL DE LA POBLACIÓN DE ESPAÑA POR SEMESTRES (2011-2015)**



Fuente: Cifras de Población (Instituto Nacional de Estadística, 2015)

El saldo vegetativo de la población (nacimientos – defunciones) tiene un valor negativo de 19.115. Esto es, el número de defunciones supera al número de nacimientos. El saldo migratorio también resulta negativo, es el valor menos negativo registrado desde 2009, por lo que ha habido más emigraciones con destino al extranjero que inmigraciones procedentes del extranjero.

**TABLA 11: EVOLUCIÓN DEMOGRÁFICA DE ESPAÑA. PRIMER SEMESTRE DE 2015**

	Total
Población residente a 1 de enero de 2015 (A)	46.449.565
Nacimientos <sup>(*)</sup>	205.796
Defunciones <sup>(*)</sup>	224.911
Saldo vegetativo <sup>(*)</sup> (B) (Nacimientos - Defunciones)	-19.115
Inmigración exterior <sup>(*)</sup>	157.221
Emigración exterior <sup>(*)</sup>	164.606
Saldo migratorio <sup>(*)</sup> (C) (Inmigración-Emigración)	-7.385
Población residente a 1 de julio de 2015(*) (A+B+C)	46.423.064

(\*) Datos provisionales

Fuente: Cifras de Población (Instituto Nacional de Estadística, 2015)

En este apartado también cabe mencionar que la Comunidad Valenciana cuenta con una amplia afición por el deporte del motor, hecho que desembocó en la construcción de un circuito de velocidad, inaugurado a finales de 1999. Además, Valencia acogió de 2008 a 2012 el Gran Premio de Europa de Fórmula 1, un circuito urbano que se empezó a construir en el 2007, pero que tuvo que ser cerrado debido a la fuerte crisis que sufría España y la Comunidad Valenciana (Fórmula F1, 2016). A raíz de ello, surgieron en la Comunidad Valenciana equipos de competición de Fórmulas

inferiores, donde el mundo de los karts es su auténtico vivero. Otro hecho coyuntural que está alimentando la afición por el automovilismo es la participación de españoles, tanto en la Fórmula 1, como en el mundial de Rallies.

Para concluir con el entorno social-cultural hay que destacar que, según la encuesta de hábitos deportivos de 2015 (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2015), en la Comunidad Valenciana casi un 30% de la población pertenece a un gimnasio, club o asociación deportiva, lo que, sin ser un porcentaje muy elevado, sí pone de manifiesto un cierto interés en la sociedad valenciana por las actividades deportivas y su potencial de desarrollo, muchas veces limitado por la falta de oferta, tanto en diversidad como en calidad.

### 3.1.4. Factores tecnológicos

Los factores tecnológicos hacen referencia al uso de la tecnología como instrumento para competir con el resto de empresas.

A través de las nuevas tecnologías las empresas han comenzado a ofrecer nuevos servicios además de convertir las tareas diarias del manejo de la empresa mucho más rápidas y productivas.

Un aspecto tecnológico muy importante a tener en cuenta es la disposición de una página web actualizada y asequible. Cada vez más población usa internet para buscar información acerca de un servicio, por lo que resulta indispensable que la empresa cuente con su propia página web.

En cuanto a la innovación tecnológica del circuito, hay que decir que el nivel intrínseco no es muy elevado y que no existen barreras para su adquisición, por tanto, para crearlas la empresa se va a centrar en la calidad, el servicio y la diferenciación, es decir, en los recursos humanos como factor clave para su éxito.

### 3.1.5. Factores ecológicos

Finalmente, mencionar otro factor importante para el desarrollo de la actividad como es el climatológico, ya que la actividad se va a celebrar al aire libre. Según las estadísticas (Ajuntament de València, 2016), la provincia de Valencia tiene 2.731 horas de sol al año, lo que hace una media de 7,4 horas por día. Respecto a las temperaturas, cuenta con una media anual superior a los 17 grados, los veranos son cálidos y los inviernos moderados. Por lo que a la lluvia se refiere, la ciudad de Valencia y zonas adyacentes cuentan con 53 días de lluvia al año.

De todo ello se desprende que la climatología de la que goza la provincia de Valencia es la ideal para la práctica de actividades al aire libre.

### 3.1.6. Factores legales

El marco legal que afecta de manera significativa al complejo de karting es:

- LEY 14/2010, de 3 de diciembre, de la Generalitat, de Espectáculos Públicos, Actividades Recreativas y Establecimientos Públicos
- Ley 6/2014, de 25 de julio, de la generalitat, de Prevención y Control Ambiental de Actividades en la Comunitat Valenciana (deroga a la Ley 2/2006)

La actividad principal de la empresa está considerada como molesta por los niveles de ruido que emite, por lo que el circuito debe estar alejado de viviendas, no obstante, se solicitará al ayuntamiento el certificado de compatibilidad urbanística y las pertinentes licencias de obras y actividad. Se desarrollará de acuerdo con la ley:

- REAL DECRETO 1367/2007, de 19 de octubre, por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a zonificación acústica, objetivos de calidad y emisiones acústicas.
- LEY 7/2002, de 3 de diciembre, de la Generalitat Valenciana, de Protección contra la Contaminación Acústica.

También hay que considerar la Ordenanza Municipal, en particular, la Ordenanza Municipal Reguladora de Actividades.

Por último, hay que indicar que existen una serie de recomendaciones por parte de asociaciones y federaciones de karting en lo referente a la construcción del circuito, a su seguridad y a las licencias de conducción. Entre las más importantes encontramos:

- Asociación de Comerciantes de Karting en España (ACKE)

Según la página web de ACKE (Asociación de Comerciantes de Karting en España, 2016), la asociación pretende aunar los esfuerzos e intereses de comerciantes, fabricantes, equipos y deportistas del karting. Su principal objetivo reside en la promoción y el apoyo al mundo del karting, tanto a nivel deportivo como de hobby.

- Asociación para la Defensa del Karting en España (ADKE)

Como se puede observar en su página web (Asociación para la Defensa del Karting en España, 2016), buscan apoyar y estimular la actividad del karting como medio de educación vial de la juventud, proporcionan apoyo legal a los practicantes amateurs de karting y proporcionan apoyo legal y técnico a las instalaciones de práctica del deporte de karting.

- Asociación Española de Pistas de Karts (AEPKA)

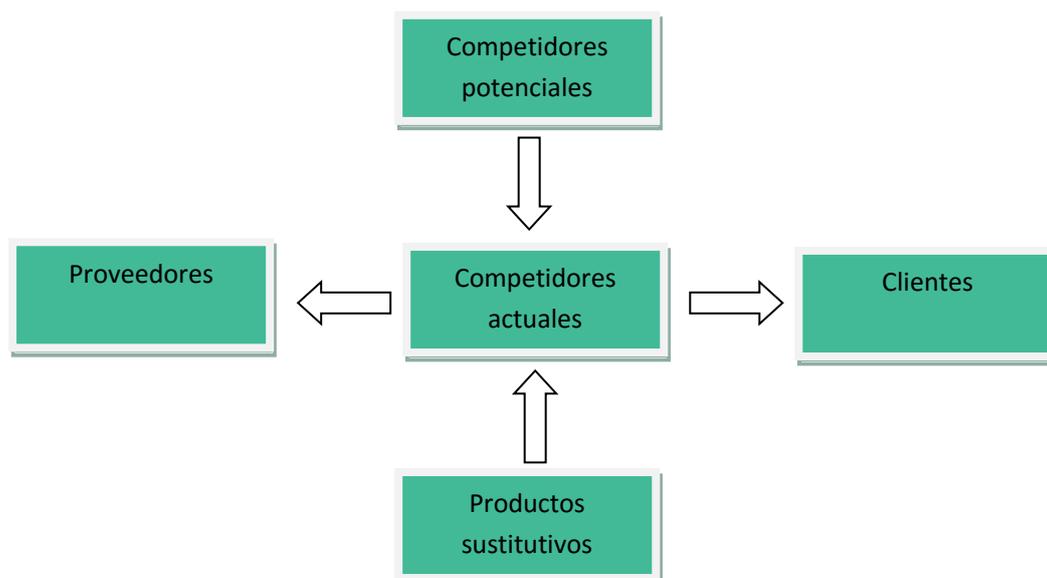
AEPKA (Asociación Española de Pistas de Karts, 2016) pretende fomentar el deporte del karting y el automovilismo. El objetivo de la asociación es hacer más sencillas las relaciones entre empresarios, tanto propietarios como explotadores de pistas de karts.

### 3.2. Microentorno

En el apartado anterior se ha explicado el conjunto de factores que afectan a la empresa y que se encuentran fuera del control de la misma, así pues, en este apartado se va a hablar de los factores que en parte están bajo el control de la empresa.

Para desarrollar el microentorno de King Karts se van a analizar cada uno de los cinco componentes (fuerzas competitivas) del entorno específico (Porter, 1980).

ILUSTRACIÓN 1: CINCO FUERZAS COMPETITIVAS SEGÚN PORTER



Fuente: Elaboración propia a partir de (Porter, 1980)

Antes de explicar cada una de las fuerzas competitivas según Porter, cabe situar a la empresa dentro del sector servicios. En la Comunidad Valenciana, éste es un sector con bastante peso relativo en el conjunto de la economía, debido fundamentalmente al sector hostelero (Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial, 2016).

Dentro del sector servicios la empresa está ubicada dentro de los servicios de ocio. Este sector, junto con los servicios de la vida diaria (servicios a domicilio, nuevas tecnologías, comunicación) y los servicios de medio ambiente (gestión de residuos,

gestión del agua, control de la contaminación) tiene unas perspectivas futuras muy buenas a medida que la sociedad aumente su desarrollo y eleve su nivel de vida.

A continuación, se va a desarrollar las cinco fuerzas competitivas. Las cuáles serán de ayuda para determinar la estrategia a seguir por King Karts.

### 3.2.1. Clientes (Poder de negociación de los clientes)

Los clientes de la actividad del karting son los consumidores finales, por lo tanto, se encuentran totalmente atomizados y no poseen poder de negociación alguno, más allá de la aceptación del producto por sus características y su precio.

Dado que se trata de un servicio de ocio, no cubre ninguna necesidad situada en la base de la pirámide de Maslow (necesidades primarias), por lo que habrá que despertar la necesidad latente o crearla mediante oportunas medidas de información y comunicación. Un buen plan de marketing resulta imprescindible para atraer y mantener los clientes de King Karts.

### 3.2.2. Proveedores (Poder de negociación de los proveedores)

Los proveedores que la empresa va a necesitar para el desarrollo de su actividad hay que diferenciarlos en dos tipos: los de inversión y los de consumo.

Los proveedores de inversión son, básicamente, los que suministran los karts. A este respecto hay que indicar que la diversidad es escasa en el mercado nacional (existen sólo dos o tres empresas suministradoras), y algo más amplia en el extranjero, ya que esta actividad está más desarrollada en los países del centro de Europa. La información es bastante accesible, amplia y transparente con lo que se tiene posibilidad de comparar diversas ofertas.

Los proveedores de consumo son aquellos que suministran todos aquellos bienes que la empresa necesitará con más frecuencia (combustible, aceites, piezas mecánicas, etc). Aquí la oferta es más amplia y muy accesible, aunque por los volúmenes que se manejan en esta actividad, el poder de compra es reducido.

### 3.2.3. Competidores actuales (Rivalidad entre competidores existentes)

Los competidores actuales en la zona geográfica donde la empresa piensa establecerse se reducen a dos, Valencia Karting Center en Paterna y Karting Manises Valencia en Manises. El criterio de selección de los competidores existentes se ha basado en la distancia entre la ubicación de King Karts y el competidor, por lo que a más de seis kilómetros no se ha considerado competidor actual. Por lo tanto, se

## Plan de negocio para un circuito de karts

presenta una posibilidad real de negocio, además, estos competidores tienen una oferta de baja calidad y están posicionados en el segmento medio-bajo y bajo.

Los competidores actuales son prácticamente monoproducto, con nula o escasa diferenciación, ya que la única diferenciación es la geográfica. Tienen una estructura de costes muy reducida, y sin ninguna identidad de marca. Por ello, se observa que existe una gran posibilidad de negocio con una buena definición de los productos y una buena gestión empresarial de la calidad, la imagen y el servicio.

En la siguiente ilustración, se puede ver dónde están ubicados los dos competidores principales y dónde se va a situar King Karts.

ILUSTRACIÓN 2: UBICACIÓN COMPETIDORES Y KING KARTS



Fuente: Google maps (2016)

### 3.2.4. Competidores potenciales (Amenaza de entrada de nuevos competidores)

En este apartado hay que indicar que las barreras de entrada son prácticamente nulas en la actualidad. No existen ventajas en costes, no existe un know-how o está poco desarrollado, la tecnología es sencilla y accesible y el aprovisionamiento de materiales no presenta dificultades. La diferenciación del producto actual es muy baja, aunque presenta muchas posibilidades. La legislación

aplicable es escasa, ya que la obtención de licencia es relativamente sencilla y no está directamente relacionada con la actividad de la empresa. Finalmente, las necesidades de capital para entrar en el sector son muy variables en función de cuál sea el posicionamiento que adopte la empresa. Este último punto sería el aspecto más relativo, pues, para un buen funcionamiento las necesidades financieras iniciales pueden ser importantes y pueden frenar la entrada de algún competidor. De todo esto se desprende que, salvo las necesidades financieras, no existen barreras de entrada, lo cual no significa que no se pueden crear. Para ello, la empresa aportará por un posicionamiento alto, con altos niveles de servicio y calidad, para crear una de las barreras más exigentes: la marca. Con ella tratará de evitar la entrada de posibles competidores potenciales. Estos pueden venir desde el extranjero, que es donde esta actividad goza de una mayor tradición y por tanto existen empresas con mayor experiencia. Países como Francia, Holanda, Bélgica, Luxemburgo y Alemania, poseen un sector del karting muy desarrollado, una muestra de ello es la existencia de karting indoor permanente, en diversas ciudades europeas. En Barcelona se encuentra uno de los mejores circuitos indoor de Europa, por lo que hay posibilidades de negocio.

### 3.2.5. Productos sustitutos (Amenaza de posibles productos sustitutos)

Finalmente, hay que hablar de los productos sustitutos. Esta será la verdadera competencia de la empresa, pues deberá llevar hacia su negocio a clientes que ahora dedican su dinero de ocio a otras actividades. En la provincia de Valencia existe gran cantidad de productos sustitutos, como pueden ser, salas de cine, centros comerciales, teatros, discotecas, casinos y bingos. Estas cifras demuestran que la empresa tiene una fuerte competencia en los productos sustitutos, más que en los competidores actuales. Por ello, la empresa ha diseñado un plan de marketing para crear una demanda de sus servicios que complemente a la actual.

## 4. Estudio de mercado

Para realizar el estudio de mercado se va a tener en cuenta, por una parte, estadísticas oficiales y, por otra, una encuesta sobre el karting.

En la primera parte, se van a usar datos estadísticos para conocer los niveles de población de las principales comarcas dentro del radio de acción de la empresa, para saber aproximadamente qué número de población pertenece a alguna asociación deportiva y para estudiar las diferentes unidades de negocio.

La siguiente parte, se trata de la realización de un estudio a través de una encuesta al público objetivo de la empresa, para obtener información acerca de su predisposición a consumir la principal unidad de negocio (karting) y acerca de sus preferencias y opiniones respecto del negocio de los karts. Las preguntas realizadas a los encuestados se encuentran en el anexo I del trabajo.

La muestra está compuesta por personas que pertenecen a alguna de las 5 comarcas que forman el radio de acción de King Karts y están situadas entre los 10 y 50 años, aproximadamente la edad que comprende la actividad del karting. Se ha usado una muestra de conveniencia debido a los recursos disponibles, por lo que no se puede generalizar la fiabilidad de la encuesta.

### 4.1. Demografía y público objetivo

King Karts va a estar ubicado en la comarca de L'Horta Oest y su radio de acción comprenderá las siguientes comarcas: Valencia, Camp del Turia, L'Horta Nord, L'Horta Oest y L'Horta Sud. La población total de estas cinco comarcas está cercana a los 1.600.000 habitantes. Estas comarcas suponen el 65% de la población de la provincia de Valencia, y el 35% del total de la población de la Comunidad Valenciana. Por edades, el segmento comprendido entre los 10 y los 50 años suman, aproximadamente, 736.000 habitantes (Generalitat Valenciana, 2015). Ese número de habitantes son los que se van a considerar como público objetivo para el complejo de karts, es decir, son los destinatarios ideales para esta actividad de ocio.

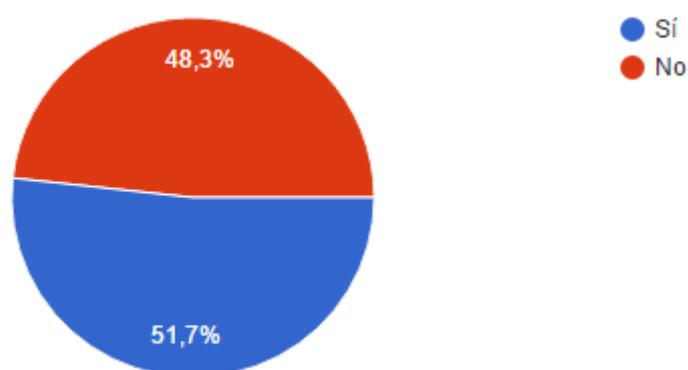
Respecto a las otras unidades de negocio cabe indicar que, en el término municipal de Paterna, perteneciente a la comarca L'Horta Oest, se encuentra el Parque Tecnológico y el polígono Fuente del Jarro. En el Parque Tecnológico donde están ubicadas 528 empresas. Éstas se consideran el cliente objetivo prioritario del negocio, ya que son empresas que valoran la innovación constante, la importancia de la investigación, la calidad en el trabajo y las buenas comunicaciones (València Parc Tecnològic, 2009). En el polígono Fuente del Jarro se encuentran aproximadamente

400 empresas (Asivalco Fuente del Jarro, 2016). Por otro lado, también se identifica, muy cerca de donde se va a ubicar el complejo de karts, el centro comercial Heron City, estas instalaciones abarcan clientes de todas las edades ya que cuenta con una amplia variedad de posibilidades de ocio, como son los cines, bolera, restaurantes, laser games, un supermercado y varias tiendas (Heron City Valencia, 2016). Por último, se encuentran varios colegios y dos campus universitarios en el área de acción.

### 4.2. Estilos de vida

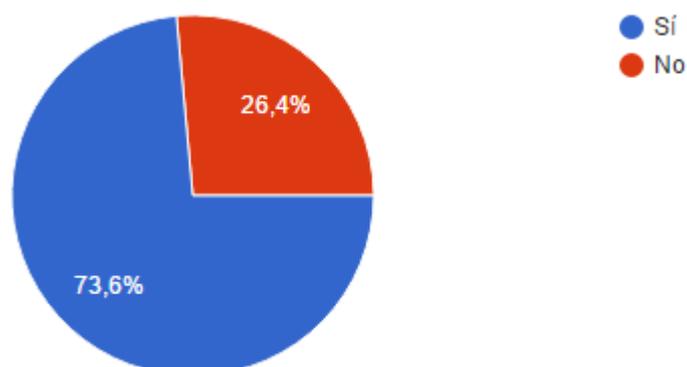
En cuanto al estilo de vida de la población objetivo, las estadísticas muestran que se trata de una comunidad que participa en asociaciones deportivas (más de un 50%), además un 73% de las personas encuestadas practica regularmente deporte. Respecto a las actividades que realizan con más frecuencia en su tiempo libre son: salir con amigos, practicar deporte, ver la televisión e ir al cine o teatro.

**GRÁFICO 10: ENCUESTADOS PERTENECIENTES A UNA ASOCIACIÓN DEPORTIVA**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta

**GRÁFICO 11: ENCUESTADOS QUE PRACTICAN REGULARMENTE ALGÚN DEPORTE**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta

### 4.3. Percepciones del público

Una de las principales conclusiones de la encuesta realizada para conocer las distintas percepciones que tiene el público objetivo viene a ratificar la idea de que el público considera que los circuitos de karts tienen un precio demasiado elevado, así como la predisposición a valorar positivamente una mejora de la calidad y servicio. En King Karts se ofrecerán tarifas reducidas dirigidas al colectivo con menor poder adquisitivo, por ejemplo, aplicando descuentos de grupo, vendiendo bonos de diez carreras, acordando descuentos y ofertas con diferentes negocios establecidos en la zona y frecuentados por gente joven y, por último, disminuyendo el precio en el día de la semana y horario menos frecuentado. En cuanto a la calidad y el servicio, se va a cuidar la calidad y seguridad del circuito, de los karts y del material necesario para conducir, además de estar a la última en las innovaciones del karting. Esto refuerza la línea estratégica de la compañía de centrarse en la calidad y el servicio.

Así mismo, de los encuestados que nunca han estado en un complejo de karts (principalmente las mujeres), casi el 50% es porque no entra dentro de sus gustos, más que por el precio. Es decir, con una mejora de la imagen del complejo de karts se podrá hacer más llamativa y atractiva esta actividad. Facilitando en el complejo ratos agradables y divertidos celebrando fiestas de cumpleaños tanto de niños como adultos y despedidas de solteras o solteros se conseguirá llamar la atención de más población. Por tanto, esto refuerza la línea estratégica de la compañía de centrarse en la imagen.

Otro lado destacable de la encuesta pone de manifiesto cuáles son los principales competidores sustitutivos, como la televisión o el cine y el teatro.

Por otro lado, hay que resaltar que el 90% de los que acuden a un circuito de karts lo hacen de forma ocasional, esto indica que para tratar de fidelizar al cliente habrá que realizar algún tipo de acción comercial fuera de la temporada estival para asegurarnos el flujo de clientes en épocas de menor actividad. Por ejemplo, vender bonos para usar el circuito entre semana o fuera de la temporada de verano, a un precio más asequible, siempre y cuando se mantuviese la afluencia en los fines de semana.

En el mismo sentido, un 97% de los que han acudido a un complejo de karts consideran que ha sido una buena experiencia, con lo que una acción publicitaria constante, con la finalidad de recordar la experiencia logrará una frecuencia mayor de los clientes.

Respecto a las empresas, cabe indicar que cada vez más compañías se suman a invertir en programas de formación y actividades fuera de la oficina para favorecer la motivación e integración de los trabajadores. Sin embargo, solo un 12% de los

encuestados han disfrutado del karting en ambiente laboral, por lo que resulta necesario invertir en promoción y publicidad de King Karts para las empresas, por ejemplo, facilitando descuentos para grupos de empresa, poniendo a disposición salas multiuso para presentaciones, reuniones de empresa o convenciones preparando un buen servicio de comida.

### 4.4. Estudio de los competidores

Se va a realizar un estudio comparativo de los competidores directos que existen en la zona geográfica de actuación de la empresa. Como se ha dicho anteriormente, los dos competidores principales son Valencia Karting Center y Karting Manises, debido a la que se encuentran a menos de 6 kilómetros de King Karts.

TABLA 12: CARACTERÍSTICAS DE KARTING MANISES

KARTING MANISES					
Superficie total	10.000m <sup>2</sup>				
Superficie del circuito	6.000 m <sup>2</sup>				
Número de empleados	3				
Número de karts	10, un solo modelo				
Privados	Sí				
Educación	No				
Empresas	No				
Tarifas		1 tanda	2 tandas	Carreras	Gran premio
	Niños	8€	-	18€	-
	Martes a jueves	15€	20€	25€	30€
	Viernes a domingo	15€	-	28€	35€

Fuente: Elaboración propia a partir de [www.kartingmanises.com](http://www.kartingmanises.com) (Karting Manises, 2016)

TABLA 13: CARACTERÍSTICAS DE VALENCIA KARTING CENTER

VALENCIA KARTING CENTER				
Superficie total	6.000m <sup>2</sup>			
Superficie del circuito	3.000m <sup>2</sup>			
Número de empleados	2			
Número de karts	10			
Privados	No			
Educación	No			
Empresas	No			
Tarifas		1 tanda	2 tandas	3 tandas
	Niños	12€	20€	30€
	Adultos	15€	27€	40€
		Básica	Gran premio	Súper GP
	Carreras	28€	38€	48€

Fuente: Elaboración propia a partir de [www.valenciakartingcenter.com](http://www.valenciakartingcenter.com) (Valencia Karting Center, 2016)

#### 4.5. Sinergias posibles

A continuación, se van a señalar una serie de posibles sinergias de las cuales la empresa podría aprovecharse para consolidar y aumentar su negocio.

- Agencias de viaje: Se puede ofrecer la posibilidad de incorporar en sus catálogos la actividad de karting como complemento.
- Organizadores de Congresos y convenciones y Empresas consultoras de formación: Dentro de los programas actuales de formación y desarrollo en empresas, así como en convenciones o reuniones, se va extendiendo la práctica de actividades en entornos naturales externos al ambiente normal de trabajo. Estas actividades están encaminadas al desarrollo de habilidades directivas, de liderazgo, mejora del trabajo de equipo e incremento de competencias profesionales. Los asistentes salen de su entorno habitual y se fomentan y desarrollan relaciones interpersonales.
- Establecer relaciones con clubes, organizaciones y asociaciones del mundo del motor, ofreciendo la posibilidad de usar o montar un circuito en el complejo para maquetas de motor, excalestrics, salas de reuniones, asambleas, etc.
- Restaurantes, bares, cafeterías y supermercados cercanos a la zona: mediante acuerdo previo pueden facilitar a sus propios clientes descuentos u ofertas a los clientes potenciales del karting.

- Cursos de conducción de karting no como objetivo de negocio, es decir, a precio de coste.
- Las pistas también pueden ser alquiladas para diversos fines (pruebas de vehículos, presentaciones, competiciones, radio control, ...) con el objetivo de cubrir costes y dar a conocer la empresa.
- Ofrecer packs para celebrar distintos eventos, como despedidas de soltero y soltera o fiestas de cumpleaños. Los clientes pueden conseguir así una actividad divertida de forma sencilla, donde solo se tengan que preocupar de pasar un buen rato.

### 4.6. DAFO y líneas estratégicas

Una vez analizado el microentorno y macroentorno, el mercado, así como los competidores actuales, se va a determinar cuál es el DAFO que posee la compañía. Describas las debilidades y fortalezas, y las amenazas y oportunidades, se definirán cuáles serán las líneas estratégicas de la empresa. Éstas marcarán las pautas de actuación que la compañía seguirá para asegurarse su viabilidad y futuro.

#### 4.6.1. DAFO

TABLA 14: DAFO DE KING KARTS

DEBILIDADES	AMENAZAS
Alta inversión inicial	Posible entrada en el mercado de competidores extranjeros con mayor experiencia
Alta estacionalidad en el fin de semana y épocas estivales	Escasas barreras de entrada tanto de carácter tecnológico, como de know-how
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Alta preparación profesional y experiencia en empresas de ámbito nacional e internacional	Competidores de baja calidad y precios elevados
Visión empresarial moderna, centrada en la búsqueda continua del valor añadido de los procesos	Altos excedentes de tesorería

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6.2. Líneas estratégicas

Una vez definido el DAFO, se procede a trazar las líneas estratégicas que tratarán de aprovechar al máximo las fortalezas y las oportunidades que existen y minimizar las debilidades y amenazas.

Las líneas estratégicas son cuatro:

- Crear una **imagen corporativa** que identifique a la compañía con la calidad y el servicio a través de una marca fuerte y muy presente en el mercado.  
La finalidad es, por un lado, crear barreras de entrada que frenen la entrada futura de más competidores, y por otro mantener la posición de liderazgo.
- **Calidad.** Todas las acciones deben estar supeditadas a la calidad del servicio. Ésta es la que debe marcar el rumbo de la empresa y debe ser el criterio clave a la hora de tomar decisiones.  
La calidad debe ser entendida tanto en el sentido intrínseco (servicios sin ninguna no conformidad), como en el sentido de satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes.
- Ofrecer una **gestión profesional y moderna** en el sector del karting. Esta debe ser tanto externa como internamente.  
Externamente se debe buscar gestionar el cambio, para adaptarse constantemente al entorno y a las exigencias de los clientes, con la finalidad de mejorar la eficacia.  
Internamente habrá que gestionar todos los recursos económicos y humanos con la mayor eficiencia para obtener la mejor rentabilidad y lograr mantener la posición en el mercado.
- **Multiproducto.** Ofrecer al público la más variada gama de productos, para cubrir las necesidades y expectativas de los clientes, siendo innovadores y creativos. Asimismo, se tratará de evitar la estacionalidad y mejora así la eficiencia.

## 5. Plan de Marketing

El marketing hace referencia al análisis del comportamiento del mercado y los consumidores. Estudia la gestión comercial de las organizaciones con el objetivo de atraer, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. American Marketing Association (AMA) propuso en 2013 que el marketing es una función organizacional y un conjunto de procesos para la creación, comunicación y entrega de valor a los clientes, consumidores y sociedad en general (American Marketing Association (AMA), 2013). Por lo que se puede concluir que las tres funciones básicas del marketing son crear, comunicar y entregar valor a los clientes de forma que beneficie a toda la organización y actores interesados. El valor se crea mediante un producto o servicio que soluciona algún problema o satisface una necesidad, se comunica mediante la publicidad y finalmente, se entrega al cliente para que pueda disfrutar de él y así, cubrir su necesidad.

Además, el plan de marketing facilita la anticipación de las empresas a los cambios del entorno y la adaptación a las nuevas necesidades de los clientes.

### 5.1. Marketing estratégico

El Marketing estratégico busca orientar a la empresa para conseguir conocer las necesidades actuales de los clientes, detectar futuras necesidades, localizar nuevos nichos de mercado e identificar segmentos de mercado potenciales diseñando un plan de actuación para aplicar durante su funcionamiento. Por lo que resulta indispensable para que la empresa sobreviva y se posicione en un lugar destacado en el mercado y en la mente de los clientes.

#### 5.1.1. Estrategia

Teniendo en cuenta la misión y visión general como el fin último que la empresa desea alcanzar y siendo por tanto su máximo objetivo, todas las acciones de marketing que se van a desarrollar irán encaminadas a su logro. Si a esto se le une el deseo de ser líderes en todo aquello que se realice, la estrategia de marketing que King Karts va a adoptar es la de crear una marca que sea capaz de transmitir, tanto al entorno, como al interior de la organización, una imagen de calidad y servicio que constituya el norte de la empresa, donde los clientes van a indicar el camino a seguir, convirtiéndose así en la brújula de la compañía.

Por tanto, la política de marca va a ser uno de los puntos sobre los que la empresa pondrá especial atención. Su objetivo será crear una marca para todos sus

productos (marca paraguas) con la finalidad de conseguir una imagen corporativa que el cliente asocie con una empresa líder en calidad y servicio, creando así una fuerte diferenciación con los competidores y desarrollando una importante barrera de entrada para futuros competidores. El objetivo es que la marca esté siempre presente en la mente del público en el momento de tomar una decisión sobre dónde invertir su dinero de ocio.

### 5.1.2. Posicionamiento

Para conseguir todo esto, la empresa se posicionará en un segmento medio, medio-alto y alto del mercado. Allí donde los clientes busquen divertirse, pero donde también deseen y aprecien el placer de recibir un trato cordial y simpático, en un entorno limpio y agradable.

### 5.1.3. Público objetivo

El público objetivo de la empresa estará constituido por personas de ambos sexos y de edades comprendidas entre los 10 y 50 años. Aunque el núcleo fuerte lo constituyan los jóvenes de entre 18 y 35 años, los otros grupos tienen una importancia estratégica vital, ya que por la parte inferior se tratará de buscar el futuro cliente y de fidelizarlo, además de intentar atraer a los acompañantes. Por la parte alta se encuentran los clientes de mayor poder económico. Para abarcar todas las edades la empresa ofrecerá una amplia gama de productos cada uno de ellos con un público objetivo muy definido y con una finalidad muy determinada.

## 5.2. Estrategia de marca

La estrategia de la empresa va a ser la creación y el mantenimiento de una marca genérica líder en calidad y servicio.

La decisión de optar por una marca genérica con el nombre de la empresa para todos los productos tiene diversos motivos. El primero de ellos es por una cuestión económica, dado que la empresa va a iniciar su actividad, debe por un lado darse a conocer y por otro promocionar sus productos. Con esta estrategia la empresa trata de reducir su inversión promocional, ya que en el caso de haber optado por otra estrategia (marca individual para cada producto) el esfuerzo de dar a conocer la empresa y sus productos es mucho mayor. El otro motivo que ha llevado a la empresa a elegir esta opción es la facilidad para introducir nuevos productos una vez la marca esté ya consolidada.

### 5.2.1. Definición de la marca

La empresa ha optado para su nombre comercial por el siguiente: **King Karts**.

Esta marca trata de hacer referencia diversas características que son esenciales para la compañía. La intención de ser líderes en el mercado, apostando por una gran calidad y servicio a un buen precio, por ello la palabra “King”; trata de infundir una imagen moderna, joven y dinámica, por ello se ha optado por el idioma inglés; y transmitir el karting, ideas como velocidad, competitividad, riesgo y aventura, por ello la palabra “Karts”.

### 5.2.2. Actuaciones

Para lograr crear una imagen corporativa y una marca líder, la empresa realizará una serie de acciones externas e internas. Las acciones externas serán aquellas en las que la empresa tenga relación con su entorno, serán actuaciones promocionales y actuaciones comerciales directas (se explicará en los puntos 5.4 y 5.5). En ambos casos, toda aquella imagen (valla publicitaria, anuncio en internet o en prensa), soporte físico (tarjeta de visita, tríptico, cartelera, etc), imágenes en las redes sociales, o cualquier otro medio que la empresa utilice para darse a conocer tendrá que llevar inscrita su marca. Las acciones internas hacen referencia a todas aquellas que la empresa tome en sus instalaciones. En éstas, la marca estará presente en todos los ámbitos: vestuario del personal, karts pintados con el logo de la marca o sus colores, los edificios estarán decorados con el color corporativo, servilletas del restaurante con el logo, etc.

La empresa es consciente que la marca y la imagen constituyen un factor clave para el éxito y supervivencia, por ello tomará todas las actuaciones que apoyen la creación y consolidación de ésta. Sin embargo, nada de esto será efectivo si no es correspondido con todo lo que se quiere ofrecer, por ello la calidad real del servicio debe cumplir y rebasar las expectativas que nuestros clientes posean, ya que ésta será la mejor actuación para consolidar la marca.

## 5.3. Productos y precio

A continuación, se van a detallar los cuatro productos que la empresa ofrecerá inicialmente a sus clientes. Cada uno de los productos será descrito con varias características que tratarán de definirlo perfectamente. En el apartado de valor añadido, se trata de evaluar cuáles son las posibilidades que tiene la empresa de conseguir la máxima diferenciación posible.

A) Karting

TABLA 15: KARTING KING KARTS

<b>Nombre</b>	<b>Karting King Karts</b>												
<b>Descripción</b>	Alquiler de los karts durante un periodo de 10 minutos, durante los cuales el cliente dará vueltas al circuito que le corresponda, en función del nivel o edad, con el kart que haya seleccionado previamente de entre las diversas categorías existentes. Cada cliente podrá elegir entre diversas cilindradas disponibles (125cc., 80cc.), entre los diversos tamaños en función de su estatura, entre kart monoplace o biplace y karts adaptados a personas con necesidades especiales.												
<b>Objetivo</b>	Obtener los máximos beneficios. Por lo que será el producto estrella de la compañía, en el cual basará su viabilidad económica.												
<b>Público objetivo</b>	Personas con edades comprendidas entre los 10 y 50 años. Aunque en realidad el núcleo fuerte estará constituido por jóvenes entre los 18 y 35 años.												
<b>Valor añadido</b>	La posibilidad de ofrecer un valor añadido en este producto es muy reducida dado que es el producto con mayor competencia y el más estandarizado. Sin embargo, se pueden observar resquicios en los cuales obtener cierta ventaja con respecto a sus competidores. Por un lado, está el aspecto meramente técnico: los karts siempre estarán en las mejores condiciones técnicas para que el cliente pueda disfrutar de toda su potencia y de la máxima seguridad, tanto del vehículo como del circuito. Para ello es muy importante la labor del personal de taller, para mantener los karts en perfecta puesta a punto. Por otro lado, están los aspectos que envuelven al producto básico y que son: kart del tamaño apropiado al cliente, con posibilidad de única plaza o biplace y adaptado para quien lo necesite, aspecto limpio y cuidado del kart, cascos de diversos tamaños para los clientes y en perfecto estado higiénico (acompañados siempre de cofia desechable), organización perfecta de las colas para evitar tiempos innecesarios, gestión de los tiempos de espera en un lugar cómodo y bien situado, amabilidad y cortesía de los empleados, buen aspecto externo de los empleados de operaciones y de taller.												
<b>Precio</b>	<p>El precio se ha establecido teniendo en cuenta los resultados de la encuesta y los precios de los competidores directos. De la encuesta se desprende que el precio aceptable entre los clientes potenciales estaría entorno a los 10€ y 30€. Los precios de la competencia oscilan entre los 15€ para tandas de 8 o 10 minutos, y para carreras de grupo entre los 30€ y 40€.</p> <p>En función de estos datos la empresa ha optado por los siguientes precios por persona:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Lunes a jueves</th> <th>Viernes a domingo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Niños (1 tanda de 10 mins)</b></td> <td>8€</td> <td>10€</td> </tr> <tr> <td><b>Adultos (1 tanda de 10 mins)</b></td> <td>16€</td> <td>18€</td> </tr> <tr> <td><b>Carrera (Briefing + 8 mins clasificación + 12 vueltas)</b></td> <td>25€</td> <td>29€</td> </tr> </tbody> </table>		Lunes a jueves	Viernes a domingo	<b>Niños (1 tanda de 10 mins)</b>	8€	10€	<b>Adultos (1 tanda de 10 mins)</b>	16€	18€	<b>Carrera (Briefing + 8 mins clasificación + 12 vueltas)</b>	25€	29€
	Lunes a jueves	Viernes a domingo											
<b>Niños (1 tanda de 10 mins)</b>	8€	10€											
<b>Adultos (1 tanda de 10 mins)</b>	16€	18€											
<b>Carrera (Briefing + 8 mins clasificación + 12 vueltas)</b>	25€	29€											

Fuente: Elaboración propia

B) Privados

TABLA 16: BOXES KING KARTS

<b>Nombre</b>	<b>Boxes King Karts</b>
<b>Descripción</b>	Alquiler de una pequeña zona para que los clientes que lo deseen puedan guardar su kart en el circuito de forma permanente durante todo el año y realicen ellos mismos el mantenimiento mecánico. Además, estos clientes tendrán la posibilidad de tener el circuito a su disposición determinados días a la semana para su uso exclusivo, fuera del horario comercial y a un precio más reducido. Este producto dispondrá de dos versiones: íntegra y sencilla. La versión íntegra incluirá, además de lo descrito, de un servicio de mantenimiento de los karts por parte de los mecánicos de la empresa.
<b>Objetivo</b>	Obtener ingresos de forma regular, que diluyan el efecto estacional del fin de semana y ayuden a cubrir los gastos fijos de la empresa.
<b>Público objetivo</b>	Individuo con un poder adquisitivo medio-alto y alto, muy aficionado al mundo del motor.
<b>Valor añadido</b>	Las posibilidades de ofrecer un valor añadido en este producto son muy altas ya que no es un producto muy desarrollado por la competencia. Los aspectos que pueden desarrollar el valor añadido son poseer una zona privada lo suficientemente amplia para poder trabajar con comodidad, aspecto cuidado de dicha zona, accesibilidad a las herramientas apropiadas, asesoramiento del personal de taller, venta de piezas y suministros, vestuarios, duchas y taquillas.
<b>Precio</b>	210€ mensuales por cliente

Fuente: Elaboración propia

C) Empresas

TABLA 17: OUTDOOR KING KARTS

<b>Nombre</b>	<b>Outdoor King Karts</b>
<b>Descripción</b>	Convenciones, comidas de empresa, reuniones de trabajo y outdoor training en las instalaciones de la empresa y complementado todo ello con la práctica de los karts. La intención es ofrecer a las empresas la posibilidad de llevar a cabo todo este tipo de actos en un entorno distinto al que están habituados.
<b>Objetivo</b>	Evitar el efecto estacional de fin de semana y dar a conocer la empresa.
<b>Público objetivo</b>	Empresas de la zona geográfica de actuación de la compañía.
<b>Valor añadido</b>	Éste es un producto que funciona en países europeos y cada vez más se está introduciendo en España. La característica principal para el éxito y diferenciación de este producto debe residir en una atención personalizada de cada cliente, ajustándose a sus necesidades particulares, y en una gestión muy profesional.
<b>Precio</b>	No hay un precio establecido de este producto ya que se ajustará a las necesidades de cada cliente, realizándose un presupuesto en cada caso. Si bien, se dará un precio orientativo para que el cliente pueda prever si dicho precio entra dentro de sus expectativas. Para el cálculo del presupuesto la empresa hallará sus costes y aplicará un margen empresarial. Los precios aproximados serán: 50€ por trabajador

Fuente: Elaboración propia

D) Educación

TABLA 18: SEGURIDAD VIAL KING KARTS

<b>Nombre</b>	<b>Seguridad Vial King Karts</b>
<b>Descripción</b>	Clases prácticas y teóricas de seguridad vial fuera del entorno escolar, impartidas por expertos en el circuito durante las mañanas o primeras horas de la tarde, de lunes a viernes.
<b>Objetivo</b>	Finalidad doble. Por un lado, realizar una labor de conciencia ciudadana y, por otro lado, dar a conocer la empresa y sus productos a potenciales clientes futuros.
<b>Público objetivo</b>	Doble vertiente. Por un lado, están los niños de 10 a 14 años que son los que van a recibir las clases y por tanto son el cliente final de este producto y el potencial cliente de otros productos de la empresa. Y, por otro lado, están los colegios sobre los cuales centrará la actuación comercial la empresa.
<b>Valor añadido</b>	Este es un producto que no se encuentra desarrollado, por lo que la responsabilidad de la empresa recaerá no solo en ser los primeros en ofrecerlo de una forma regular, sino en realizarlo de forma profesional y organizada. Las actuaciones que complementarían el producto básico son: entrega de material informativo sobre educación vial, entrega de refrescos gratuitos y material corporativo a los niños durante su estancia en las instalaciones de la compañía.
<b>Precio</b>	Ya que la finalidad de este producto no es tanto obtener beneficios, sino captar a futuros clientes, el precio de este producto estaría enfocado a cubrir costes u obtener un pequeño margen. El precio final por niño será de 9€.

Fuente: Elaboración propia

## 5.4. Comercialización

Se va a explicar la forma de comercializar, es decir, qué tipo de actividades se van a desarrollar para facilitar la venta del producto, según las diferentes unidades de negocio de la empresa. Por una parte, se trata de karting y privados, y por otra, empresas y educación.

La responsabilidad del área comercial, así como la ejecución de sus acciones recaerá sobre el gerente de la compañía.

### 1. Karting y privados

En estas unidades de negocio la labor del gerente se limitará a captar o atender a los clientes y supervisar y reforzar la calidad del servicio al cliente.

### 2. Empresas y educación

El gerente contactará con empresas y escuelas privadas y públicas de la zona geográfica para dar a conocer la empresa y ofrecer sus productos. El gerente contará con el apoyo de material publicitario, como, por ejemplo, catálogos

donde se detallarán las instalaciones de la compañía y todos los servicios que ofrece y sus precios, trípticos donde se dará a conocer, brevemente a la compañía, su ubicación y sus productos, y tarjetas donde figure el logo, la página web y redes sociales y teléfono de contacto.

La táctica de marketing, en función del cliente se subdivide según sigue:

- Karting y privados: se usarán tanto técnicas de marketing directo como indirecto.

Las técnicas de marketing directo se comunican directamente con el cliente, estas son:

1. Buzoneo puerta a puerta en las zonas residenciales cercanas al complejo de karts.
2. Mailing masivo a las direcciones de correo electrónico de los clientes.
3. Entrega de folletos y descuentos en centros comerciales cercanos al complejo, restaurantes y otros centros de ocio como cines, discotecas, pubs, ...
4. Página de internet atractiva con toda la información detallada que pueda serle útil al cliente. Se podrá encontrar fotos de los clientes disfrutando de la actividad, fotos de las demás instalaciones del complejo, tarifas y precios, descuentos y promociones, características de los karts, circuito y material, ubicación y acceso al complejo, meteorología de los próximos días, etc.

En la siguiente ilustración se puede observar cómo quedaría la página web de King Karts:

ILUSTRACIÓN 3: PÁGINA WEB DE KING KARTS



JUEVES 31° 19° VIERNES 31° 20° SÁBADO 30° 19° DOMINGO 28° 19° LUNES 29° 18°  
tempo.com [Ando](#)

Fuente: Elaboración propia

Las técnicas de marketing indirecto son las que llegan a una audiencia más masiva, se hará uso de:

- Redes sociales: se dispondrá de página de Facebook actualizada con información que consiga captar a clientes y que puedan ayudar a conocer el complejo y demás características acerca del karting. En dicha página se encontrará fotos de los clientes y del complejo, además de todo tipo de opiniones. Con la opción del mensaje privado el cliente también podrá contactar directamente con King Karts para cualquier pregunta o para confirmar reservas. A través de la página de Facebook de King Karts los clientes podrán participar en sorteos de carreras o tandas que se ofrecerán con una determinada frecuencia cumpliendo una serie de condiciones, con esto, se conseguirá llegar a más usuarios de Facebook y, por lo tanto, a más clientes potenciales.
- Vallas publicitarias: se usarán vallas en las vías principales cercanas que servirán para publicitar el complejo y señalar el acceso a éste.
- Empresas y educación: se usará la venta personal para poder transmitir el énfasis en la calidad de nuestro servicio y conseguir la repetición de uso de los servicios, se creará una sólida imagen corporativa para que se diferencie King Karts de la competencia.

Estas visitas se apoyarán con folletos y catálogos de empresa y productos, además de indicar la página web y las redes sociales disponibles.

Por último, es necesario resaltar que el objetivo que se busca es la prestación de un servicio global con la total satisfacción del cliente, desde el momento de la acogida hasta su marcha. Para esto, se implantará un plan de valoración o encuesta de satisfacción donde todos los clientes indicarán su e-mail basada en los siguientes puntos:

- Calidad en la acogida, amabilidad del personal, orientación, consejos e instrucciones comunicadas.
- Comodidad resultante del uso de las instalaciones, acceso.
- Opciones ofrecidas y diversidad de servicios.

Con esta encuesta se recogerán las direcciones de correo electrónico de los clientes que hayan disfrutado del karting en el complejo, para así, utilizarlas para llevar a cabo la técnica del mailing masivo, en estos correos se les indicará a los clientes futuras ofertas o descuentos u otra información de interés.

### 5.5. Promoción y comunicación

Para que el producto que se quiere vender tenga éxito en el mercado resulta imprescindible una buena promoción de éste. La promoción se centra en un buen proceso de comunicación, con el que se consiga dar a conocer el producto a los clientes potenciales y así, puedan demandarlo. Con la estrategia de comunicación no solo se dará a conocer el producto, sino también, el mensaje que quiere transmitir la empresa y la imagen que quiere dar.

#### 5.5.1. El mensaje

La primera acción de marketing que la empresa va a tomar va a ser la definición del mensaje que englobe su filosofía. Éste constituirá el paraguas bajo el cual se desarrollarán todas las acciones de marketing y será lo primero que perciban todos sus clientes.

Para su definición se ha tenido en cuenta tres aspectos: qué es lo que se quiere alcanzar, qué es lo que se ofrece, a quién se le ofrece. Teniendo presente estas tres cuestiones, que no son más que la síntesis de la misión y visión, el mensaje por el que va a optar la compañía es:

**CORRE CON NOSOTROS, SIEMPRE GANARÁS**

Los motivos que han llevado a esta elección son los siguientes:

- Enigmático: se trata de una frase que no desvela claramente qué se ofrece, ya que no aparece ninguna palabra relacionada con el karting. Con ello, se va a pretender por un lado despertar el interés del público y atraerlo hacia la actividad. Por otro lado, al evitar cualquier palabra relacionada con el kart, se va a diferenciar a la empresa de los competidores, desvinculándola de la imagen de baja calidad que tienen éstos.
- Protagonismo: al utilizar una frase con un verbo en imperativo se va a transmitir todo el protagonismo sobre el cliente. Él es el centro de la actividad y quién la va a desarrollar y disfrutar de una manera activa, participando y recibiendo un servicio.
- Dinamismo: el verbo “correr” va a transmitir ideas como juventud, velocidad, diversión, movimiento y libertad.
- Calidad y seguridad: el cliente ganará en todos los sentidos, ya que disfrutará del mejor servicio y calidad con la más alta seguridad a un precio asequible.

### 5.5.2. Publicidad

Mediante la publicidad se va a realizar la transmisión del mensaje de forma interpersonal a través de los medios de comunicación. Las acciones publicitarias irán encaminadas a dar a conocer a la compañía y transmitir la calidad de la misma.

Se han previsto dos fases en cuanto a las acciones publicitarias:

#### 1.- Campaña de lanzamiento

El objetivo principal será dar a conocer la compañía a la sociedad en general y al público objetivo en particular. La duración prevista será de dos meses.

En la campaña se utilizará el mensaje de la compañía “Corre con nosotros, siempre ganarás. Karting King Karts” con la intención de despertar el interés del público. Los medios de comunicación que se emplearán serán por orden de importancia y de inversión:

- Vallas publicitarias en las principales vías de acceso a la ciudad de Valencia, Valencia ciudad y poblaciones situadas en la zona geográfica de actuación de la empresa.
- Anuncios en prensa en periódicos de la provincia.

#### 2.- Dispersión selectiva

El objetivo de esta acción es captar al cliente de la unidad de negocio de karting.

Esta fase se iniciará una semana antes del final de la campaña de lanzamiento y consistirá en la distribución de folletos explicativos en colegios, universidades, bibliotecas públicas, restaurantes, locales de instituciones juveniles, etc.

Se extenderá a lo largo de todo el año, poniendo especial énfasis en la época pre-estival. En esta época se retomará alguna acción más global, como las vallas publicitarias.

El mensaje se enfatizará con los siguientes apoyos en función del cliente:

- Karting: El karting es uno de los mejores y, quizás, el más competitivo de los deportes de motor, uno de los más económicos y, sin duda, el más familiar. Cuando alguien entra en el karting, cualquier miembro de la familia o de un grupo de amigos puede formar parte del equipo. En King Karts se intenta compartir experiencias, métodos, anécdotas, emociones. Solo se necesitan ganas de

practicar este deporte en un ambiente ordenado, limpio y seguro, el resto lo pone King Karts.

- Privados: Para aquellos que quieran practicar el karting con su propio vehículo, que no tengan sitio en casa o no quieran transportar ni el vehículo ni el casco ni el resto de accesorios, no hay de qué preocuparse. En King Karts se guarda todo y se mantiene en el mejor estado para el disfrute.
- Empresas: Las principales ventajas de un curso de formación outdoor son:
  - Diversión: es más fácil transmitir determinados valores y actitudes mediante una actividad amena que encerrados en una sala de reuniones de la empresa.
  - Metodología práctica: los participantes aprenden haciendo y reflexionando sobre lo vivido.
  - Carácter memorable: el participante se siente involucrado con el quipo, vive una experiencia que recordará con el paso del tiempo.
  - Fuera de la zona de control: los asistentes salen de su entorno habitual, lo que permite que valoren actitudes que dentro del trabajo cotidiano no se producen. Como consecuencia se fomentan y desarrollan las relaciones interpersonales. Se les ofrece a las empresas un servicio global, asequible, fácil de organizar, de calidad y a bajo coste.
- Educación: En King Karts se organiza una actividad complementaria extraescolar cuyo objetivo fundamental es completar con experiencias concretas los contenidos de los conocimientos teóricos que se imparten en el aula acerca de la educación vial y respeto a las normas cívicas, en un entorno donde los alumnos se sentirán fuertemente a practicar la conducción de manera segura y adecuada.

## 6. Plan de operaciones

En este punto se detallará la ubicación geográfica ideal, el porqué de la elección y la descripción de las instalaciones. También se detallarán los recursos de la empresa para ejecutar el servicio.

Se va a dividir el plan de operaciones en dos, en función de la unidad de negocio, el primer plan será para los clientes de karting y privados, y el segundo para los grupos de empresa y educación.

Se va a detallar así mismo en este punto las consideraciones más importantes acerca de la seguridad del circuito y de la gestión medioambiental en el complejo.

Por último, cabe indicar que el horario de apertura variará según meses y días de la manera siguiente: los meses de mayo a octubre, de lunes a jueves el horario dependerá de las reservas realizadas por los distintos colectivos, de viernes a domingo abrirá de 11 de la mañana hasta 7 de la tarde. Los meses de junio a septiembre, de lunes a jueves el horario será de 11 de la mañana a 8 de la tarde, de viernes a domingo el horario se ampliará hasta las 22 horas.

### 6.1. Ubicación geográfica

La superficie total requerida es de 10.000m<sup>2</sup>, de los cuales el edificio central ocupará 400m<sup>2</sup>.

Según se desprende del estudio de mercado, por la población residente, así como flotante o de paso, la densidad de colegios y empresas de la zona y el gran crecimiento que está experimentando en residentes, la ubicación del complejo será el área de la Pista de Ademuz (CV 35), entre Mas Camarena y Paterna. Enfrente del centro comercial Heron City.

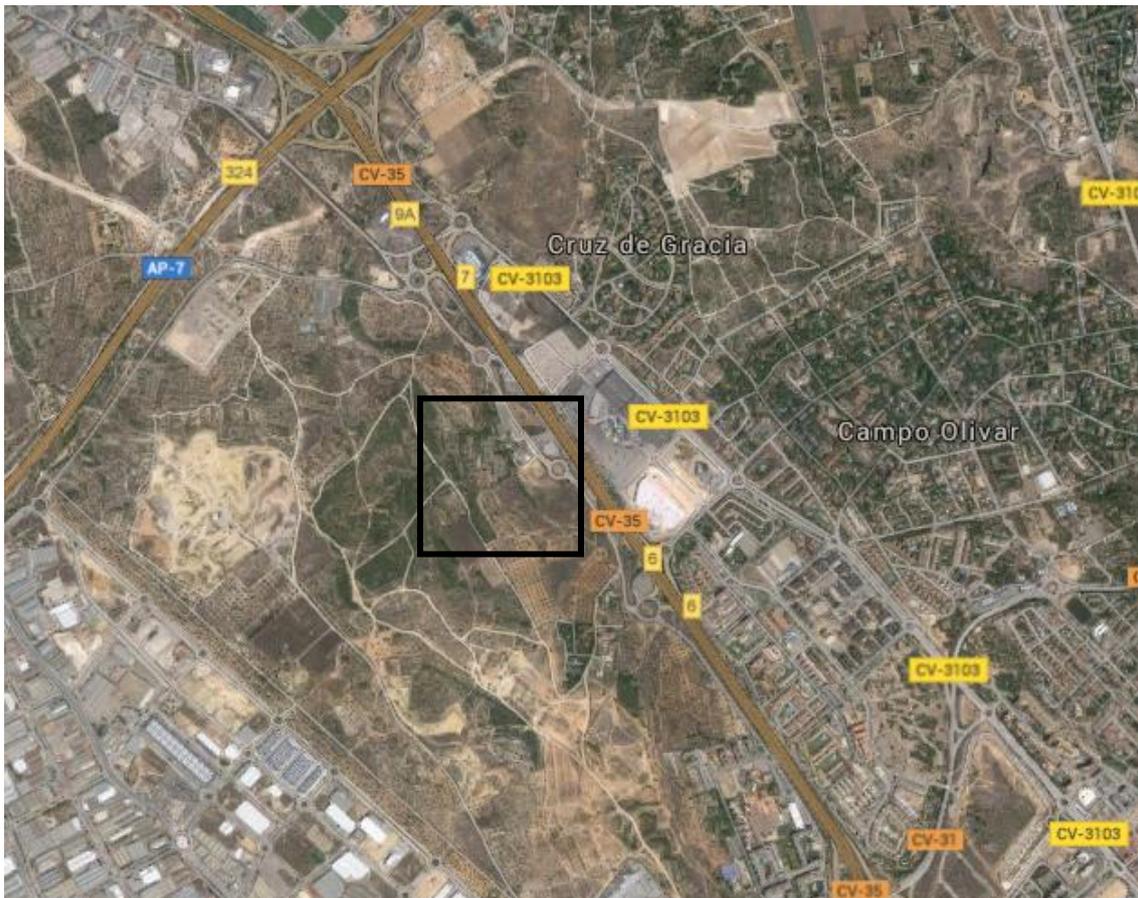
De esta forma se va a aprovechar tanto las buenas comunicaciones como la visibilidad de las instalaciones desde las principales vías cercanas. En las figuras se aprecia las principales vías de comunicación y la proximidad al polígono Fuente del Jarro, así como el Parque Tecnológico y el centro comercial Heron City. En la siguiente ilustración se observa los municipios en los que se localizará la actividad.

ILUSTRACIÓN 4: UBICACIÓN DE KING KARTS



Fuente: Google maps, 2016

ILUSTRACIÓN 5: UBICACIÓN DE KING KARTS VISTA SATÉLITE



Fuente: Google maps, 2016

### 6.2. Instalaciones

El complejo constará de dos áreas principalmente, estas son el edificio principal y el circuito.

En el edificio central estará ubicada el área de atención y servicio al cliente, así como, las zonas de operaciones del complejo. Desde una amplia entrada, a la que se accede desde el aparcamiento y dominada por la recepción, se podrá acceder a la zona de bar-cafetería, tribuna, sala multiuso y servicios. Del mismo modo se podrá acceder a la zona de servicios del circuito, esto es al circuito, boxes, taller y vestuarios.

En el mismo edificio y con el adecuado control de accesos, se ubicarán el área de tratamiento de residuos y gasolinera, cumpliendo las medidas de seguridad reglamentarias.

El bar tendrá una capacidad de 40 personas y la tribuna de 100. En cuanto a la capacidad de la sala multiuso, esta será también para 40 personas, la construcción será acorde a los requisitos de insonorización adecuados.

En los terrenos del complejo también se dispondrá de un aparcamiento de 50 plazas.

En cuanto al circuito, se va a optar por la existencia de un solo circuito de 4.000m<sup>2</sup>. No se descarta la posibilidad de construir un circuito más cuando la empresa lleve varios años introducida en el mercado y pueda afrontar la inversión. Con la coexistencia de dos circuitos, se evitará la mezcla de conductores de distinta edad o experiencia en conducción. Además, se podrá separar a los clientes privados de los clientes del karting, sin perder la oportunidad de convertirlo todo en uno para las ocasiones en las que se requiera.

### 6.3. Operaciones

Para describir el proceso de venta del producto se va a distinguir entre karting y privados, y empresas y educación.

#### 6.3.1. Karting y privados

Siguiendo el plan de marketing descrito anteriormente, se dará continuidad a la operación ya en el mismo complejo con la acogida del cliente en el área de recepción del complejo, donde se formalizará la venta del servicio por la compra de un ticket, después de haber informado al cliente, si lo requiere, de las distintas categorías de karts. Los clientes habrán tenido la posibilidad de realizar reservas mediante llamada telefónica, WhatsApp, o bien, a través de la página web.

En el mismo momento de la entrega del ticket se entregará el folleto con instrucciones y normas de seguridad y conducción. En el ticket se indicará el orden para la salida. El cliente se desplazará a los boxes donde, de forma ordenada y organizada por la empresa, accederá al kart previa entrega del ticket. La salida a la pista se hará después de recibir la autorización del encargado, el cual habrá comprobado las medidas de seguridad, vestuario correcto (casco) y que el cliente conoce el funcionamiento del kart. La autorización a salir se dará por grupos de máximo 10 corredores cuando se haya comprobado el fin de la carrera de los karts del grupo anterior. La duración de las carreras será de 10 minutos.

En función de la experiencia y/o edad de los conductores se les agrupará en menores de 10 años, menores de 15 y adultos para formar grupos homogéneos.

Finalizada la carrera se invitará a los clientes a abandonar el área de boxes y con periodicidad mensual se aprovechará para realizar una encuesta de satisfacción de los servicios en general y uso del kart en particular.

En el caso de que el cliente sea privado se restringirá, si así lo requiere y si le conviene a la empresa, el uso exclusivo del circuito.

### 6.3.2. Empresas y educación

Siguiendo a la operación de marketing, se formalizará la venta con la emisión de un pedido, bien con anterioridad a la celebración del evento, o bien en el momento anterior al mismo en el área de recepción del complejo. Se enfatizará en la operación de venta o marketing sobre las ventajas de reservar o anticipar la formalización de la venta. Las tareas siguientes serán llevadas a cabo de la misma forma que para privados con la salvedad de paradas cada 10 minutos.

El circuito será de exclusivo uso para el grupo y por el tiempo que haya acordado con la organización. La organización supervisará y atenderá en sus necesidades al grupo. Si el grupo lo requiere se les organizará la carrera para la clasificación, la carrera final y la subida al pódium y entrega de premios.

### 6.3.3. Otros

Bajo pedido se realizarán también cursos de conducción de karting divididos en parte teórica y práctica. Los monitores serán contratados para tal efecto.

Se dispondrá de la adecuada oferta de karts para alquilar y vender, tanto para niños y adultos, así como de expositores para la venta, en el área de recepción, de cualquier accesorio de vestuario o para el kart.

Para los privados se les ofrecerá, además de guardarles el kart y equipo asociado, el servicio de mantenimiento y venta de recambios.

### 6.4. Seguridad del circuito

Para detallar la seguridad del circuito se ha tenido en cuenta el reglamento de homologación de circuitos de karting (Campeonatos de España de Karting, 2013).

El firme debe ser adecuado, la pista carecer de obstáculos próximos, la separación de los espectadores estará delimitada y habrá una zona de boxes.

La superficie del circuito será de recubrimiento asfáltico con características que propicien la adherencia de los neumáticos.

El circuito debe estar bordeado a lo largo de su recorrido y a ambos lados, a partir del final del asfalto, por un arcén o área compacta de al menos 1,8 metros de ancho, nivelada y alineada con la pista como una prolongación de la misma.

La anchura de la pista para nuevos circuitos será de mínimo 9 metros, pudiendo ser ampliada en las curvas.

El acceso a la zona de boxes se realizará a través de un carril de deceleración que incluya una chicane para la reducción de la velocidad. La salida de la zona de boxes se realizará a través de un carril de aceleración, su anchura debe ser de un mínimo de 4 metros.

En cuanto a las áreas de escapatoria en curvas, se implantarán áreas de escape a lo largo de la pista, en función del trazado, trayectorias y velocidades a las que se toma cada curva.

La zona de boxes estará preferiblemente situada al lado de una recta o recta principal y convenientemente alejada del trazado de la pista según los criterios de seguridad, será lo más nivelada posible y sin ningún tipo de peralte.

Los bordes de la pista o trazado deberán pintarse en sus límites derecho e izquierdo con líneas perimetrales, preferentemente blancas o amarillas, con el estándar empleado en carreteras y con un ancho de 120mm.

En el diseño y construcción del circuito, es muy necesario y conveniente incorporar un sistema de drenaje de aguas para evitar la acumulación de la misma en el trazado, para que no afecte ni a la actividad comercial ni a la actividad de competición.

El complejo de karts estará dotado con un botiquín suficientemente equipado para atender pequeñas emergencias como heridas por abrasión o cortes en el trabajo de mecánica. El botiquín se actualizará periódicamente.

También se exhibirá de forma clara y permanente las copias de la póliza de seguros, así como, una explicación de riesgos cubiertos, lo que es obligatorio, cuanto menos en entrenamientos privados.

### 6.5. Gestión medioambiental

King Karts va a implantar el sistema de gestión medioambiental (SGMA) ISO 14001. Con este SGMA las empresas tienen la posibilidad de que un organismo de tercera parte certifique la acreditación medioambiental, así como, proteger razonablemente al cliente o usuario ante la gran cantidad de productos y servicios relacionados con el medio ambiente, con calificativos como ecológicos o amigos del medio, así como, proteger el entorno que rodea al complejo de karting.

La variable ambiental es de vital importancia en el éxito de una empresa, ya que puede ser considerada como un elemento más en la solvencia técnica y profesional. Por lo que King Karts pondrá de manifiesto su política de protección de medioambiente, seguridad y salud laboral:

“La empresa y todos sus empleados se comprometen a una mejora continua en el cumplimiento de la protección del medio ambiente, seguridad y salud laboral, definiendo objetivos, midiendo el progreso y comunicando los resultados”

Esta política se verá reflejada:

- Desarrollando las actividades, tanto propias como las contratadas correspondientes, de forma que minimicen cualquier riesgo de daño al medioambiente, a las personas y al servicio.
- Cumpliendo los requisitos legales.
- Minimizando los residuos, los vertidos y las emisiones atmosféricas.
- Manteniendo las instalaciones en condiciones correctas de seguridad.
- Trabajando con los contratistas y suministradores para asegurar en el cumplimiento de sus actividades el compromiso con la política.
- Comunicando la política y actividades a la Comunidad.

## 7. Organización y RRHH

En este capítulo se tratará la forma jurídica que va a adoptar la empresa, teniendo en cuenta varias opciones y eligiendo la que mejor se ajuste a las necesidades de la empresa.

Además, se detallará cómo va a ser la organización de los recursos humanos, especificando el organigrama, nombrando los servicios subcontratados, describiendo los puestos de trabajo y estudiando las formas de selección de personal y la política retributiva.

La organización de los recursos humanos de la empresa debe contemplar la fuerte estacionalidad de las ventas hacia el fin de semana. Esto es, las principales actividades durante la semana serán de atención a clientes en grandes grupos, tareas de mantenimiento de las instalaciones y equipo y preparar la afluencia de clientes del fin de semana. Por el contrario, las actividades de fin de semana se centrarán en la atención a clientes de forma individual o pequeños grupos.

### 7.1. Forma jurídica

Una de las decisiones más importantes durante la creación de una empresa es la elección entre las distintas formas jurídicas que puede adoptar una empresa. Por lo que se va a estudiar los diferentes tipos de empresa valorando características como el número mínimo de socios, el capital mínimo y la responsabilidad.

En la siguiente tabla se va a comparar cada forma jurídica respecto a tres características, como es el número mínimo de socios que deben formar parte de la sociedad, el capital social mínimo que se requiere para constituir la sociedad y la responsabilidad de los socios.

**TABLA 19: FORMAS JURÍDICAS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

TIPOS	Nº DE SOCIOS	CAPITAL	RESPONSABILIDAD
<b>AUTÓNOMO</b>	1	No existe	Ilimitada
<b>SOCIEDAD CIVIL</b>	2 o más	No existe	Ilimitada
<b>COMUNIDAD DE BIENES</b>	2 o más	No existe	Ilimitada
<b>SOCIEDAD LIMITADA</b>	Mínimo 1	Mínimo 3.000€	Limitada
<b>SOCIEDAD ANÓNIMA</b>	Mínimo 1	Mínimo 60.000€	Limitada

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de ipyme.org (Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, 2016)

Tras el estudio de las características principales, se puede observar que la forma jurídica que mejor se adapta a King Karts es una Sociedad Limitada. El número mínimo de socios es de uno, la responsabilidad es limitada al capital aportado, por lo que los socios no responden con su patrimonio personal frente a terceros, y el capital social mínimo es una cifra alcanzable.

Según la Cámara de Comercio de la Comunidad Valenciana (Cámara de la Comunidad Valenciana, 2011) una Sociedad Limitada es una sociedad mercantil cuyo capital está integrado por las participaciones de los socios que la integran.

Las principales ventajas de dicha sociedad son:

- Es recomendable para pequeñas y medianas empresas que no disponen de mucho capital en el momento de su constitución.
- Los socios responden de las deudas sociales de forma limitada al capital inicialmente aportado.
- Permite realizar varias deducciones como comidas, viajes, etc.
- Se puede constituir por un solo socio.

Los inconvenientes son:

- Solo pueden hacerse aportaciones económicas.
- Ha de tener en el momento de su constitución y a lo largo de toda su vida un capital social mínimo de 3.000€.
- Si no se posee la mayoría de las participaciones, el poder de decisión será muy limitado y habrá que acatar lo que decida la mayoría de los socios.

- Existen muchas limitaciones a la libre transmisión de las participaciones sociales, tienen preferencia los demás socios o la sociedad.

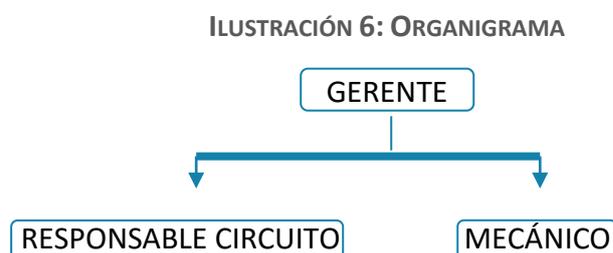
En cuanto a los requisitos de constitución se precisa la escritura de constitución de la sociedad y la inscripción ante el Registro mercantil donde se tenga el domicilio social.

Los órganos sociales que componen la sociedad son tres: La Junta General de socios, que es el órgano deliberante de la sociedad, los Administradores, se trata del órgano ejecutivo y representativo de la sociedad y los socios, son los que participan en el reparto de beneficios y en el patrimonio resultante de la liquidación de la sociedad.

### 7.2. Organización

La plantilla constará de una gerencia dirigida por el socio fundador del proyecto, un responsable de circuito y un mecánico. De forma que las funciones más importantes de la empresa podrán estar representadas en épocas estívalas y/o ausencias previstas o imprevistas.

El organigrama de la empresa se muestra en el siguiente esquema:



Fuente: Elaboración propia

### 7.3. Contratas

Se subcontratarán los siguientes servicios:

- Catering para reuniones y convenciones
- Limpieza de las instalaciones
- Monitores para carreras de karting en fin de semana
- Mecánicos para la temporada de verano

### 7.4. Descripción de puestos de trabajo

#### 7.4.1. Gerente

Será el mayor responsable de la empresa. Se encargará, por una parte, de la planificación estratégica y de las tareas de promoción, comercial y marketing de la empresa, de la gestión y supervisión de todas las áreas relacionadas con el servicio al cliente, de la mejora de los niveles estándar de calidad y de trabajo, del estudio, diseño, seguimiento y control de planes de mejora y de la modificación o implantación de nuevas instalaciones o equipos.

Por otra parte, realizará el análisis económico y financiero para establecer las prioridades y objetivos a medio/largo plazo y de la gestión y será el responsable de la coordinación efectiva de todas las tareas y recursos relacionados con el área de catering, bar, sala multiuso, administración, financiera, atención y acogida al cliente.

Sus responsabilidades serán:

- Supervisar las operaciones relacionadas con los clientes.
- Diseño y estudios de viabilidad de proyectos e inversiones para mejoras.
- Planificación de ejecución de obras, proyectos y contratos.
- Control del cumplimiento de los estándares y normas de calidad.
- Gestión de la cartera de clientes.
- Conseguir la mayor motivación y realización de los empleados, así como el mejor ambiente de trabajo.
- Evaluación de desempeño del personal.
- Monitorización y seguimiento de datos de rentabilidad.
- Control de los gastos y del presupuesto.
- Supervisar las operaciones de catering, bar, sala multiuso, recepción y servicio al cliente, administración y finanzas del complejo.
- Garantizar que los trabajos se realicen observando siempre los requisitos de seguridad e higiene establecidos.

La formación del gerente será licenciado o graduado en Administración y Dirección de Empresas. Además, constará con experiencia en el sector, aportará el know-how del negocio.

#### 7.4.2. Responsable de circuito

La función principal del responsable del circuito será la coordinación efectiva de todas las tareas y recursos relacionados con el circuito, reportando directamente al gerente.

Será el responsable de la unidad de mantenimiento del circuito, encargándose de la coordinación efectiva del personal en las operaciones realizadas, de igual forma será responsable de la planificación, asignación y seguimiento de actividades y de la generación, control y seguimiento de la documentación, así como órdenes de trabajo, gestión de inventarios y pedidos de material. También supervisará cualquier tarea requerida de mantenimiento y reparación del complejo. Así mismo, realizará las tareas administrativas relacionadas.

Del mismo modo, se encargará del control y seguimiento del desempeño y planificación del programa de actuación de las contratatas correspondientes relacionadas con el circuito.

Sus responsabilidades serán:

- Garantizar la ejecución del programa de mantenimiento del complejo.
- Ayudar o realizar operaciones de mantenimiento.
- Evaluación del desempeño de los técnicos de mantenimiento.
- Garantizar la correcta instalación de nuevos equipos y sistemas.
- Garantizar que los trabajos de mantenimiento se realicen observando siempre los requisitos de seguridad e higiene establecidos.
- Mantenimiento y control de equipos de seguridad e higiene.

La formación que requiere el puesto es grado universitario de ingeniería mecánica.

### 7.4.3. Mecánico

La función principal del mecánico de King Karts es realizar todas las operaciones de mantenimiento de los equipos, maquinaria e instalaciones del complejo, con especial dedicación a los karts.

Usará y desarrollará procedimientos de operación necesarios y programas para conseguir en mejor mantenimiento preventivo y correctivo posible.

Las responsabilidades serán:

- Control del funcionamiento de los karts, organización y planificación de trabajos.
- Gestión del programa de mantenimiento preventivo y correctivo del complejo.
- Tareas eléctricas, neumáticas, electrónicas, mecánicas, almacenado y pintura que se requieran en el complejo.

- Realización de pedidos de material y control de stocks de piezas, útiles y herramientas.
- Desarrollo de procedimientos de mantenimiento.
- Mantener las correctas prácticas medioambientales y de seguridad e higiene.

Su formación será de grado medio de electromecánica de vehículos automóviles.

### 7.5. Selección de personal

La selección de personal se realizará a través de páginas web especializadas en la búsqueda de trabajo, mediante aplicaciones de las universidades donde los estudiantes pueden inscribirse en ofertas publicadas por empresas y mediante anuncios en prensa.

Una vez hecho el cribado de los candidatos potenciales y entrevistas o pruebas, si fuera necesario, la decisión final será tomada por el gerente de la empresa.

### 7.6. Política retributiva

La política retributiva es una de las mayores preocupaciones del área de recursos humanos. Hoy en día, el empresario se ve obligado a ofrecer a sus empleados paquetes retributivos atractivos que recompensen su contribución a la compañía. Una propuesta retributiva competente y de alto valor está vinculada con la productividad y los resultados empresariales. (Ribes, Herrero, Perelló, Ruiz, 2015)

El objeto de la política de King Karts es clarificar y comunicar la propuesta retributiva basada en principios de equidad interna, competitividad externa y justicia para buscar los siguientes objetivos:

- Atraer al empleado de talento.
- Retener dichos empleados de talento.
- Motivar a los empleados.
- Utilización eficiente y eficaz de los recursos económicos asignados a la remuneración.

La equidad interna queda representada en que la calidad y cantidad de cada concepto retributivo están basadas en criterios objetivos de igual aplicación a todos los empleados de la empresa.

La competitividad externa consiste en que la estructura retributiva será competitiva respecto al mercado en el que opera.

La justicia se observa en que los criterios elegidos para establecer la cantidad y calidad de la remuneración son relevantes y justos.

En cuanto a los conceptos retributivos, el salario será la retribución dineraria fija basado en la descripción del puesto de trabajo, antigüedad, potencial y relevancia. Los complementos serán la retribución dineraria en función de la antigüedad, horario a turnos o no, horas extraordinarias...

La jornada laboral del gerente, del responsable de circuito y del mecánico será media jornada, distribuyendo y desplazando el horario de manera flexible.

En la siguiente tabla se va a mostrar los costes totales de los salarios de los trabajadores, detallando así, el salario bruto anual de cada uno.

**TABLA 20: COSTE ANUAL DE LOS TRABAJADORES PARA LA EMPRESA**

	<b>RESPONSABLE DE CIRCUITO</b>	<b>MECÁNICO</b>
<b>Salario bruto anual (14 pagas)</b>	10.000€	8.000€
<b>Contingencias comunes</b>	$10.000 \times 23,60\% = 2.360\text{€}$	$8.000 \times 23,60\% = 1.888\text{€}$
<b>Desempleo</b>	$10.000 \times 6,70\% = 670\text{€}$	$8.000 \times 6,70\% = 536\text{€}$
<b>Fondo de Garantía Salarial</b>	$10.000 \times 0,20\% = 20\text{€}$	$8.000 \times 0,20\% = 16\text{€}$
<b>Formación profesional</b>	$10.000 \times 0,60\% = 60\text{€}$	$8.000 \times 0,60\% = 48\text{€}$
<b>TOTAL</b>	<b>23.598€</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la Seguridad Social (Ministerio de Empleo y Seguridad Social, 2016)

Por otro lado, según el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (Ministerio de Empleo y Seguridad Social, 2016) el socio fundador de King Karts está obligado a darse de alta como autónomo, por lo que también tendrá que cotizar a la Seguridad Social. El salario bruto mensual será de 14.000€.

**TABLA 21: COSTE TOTAL ANUAL DEL SOCIO FUNDADOR**

	<b>GERENTE</b>
<b>Salario bruto anual (14 pagas)</b>	14.000€
<b>Contingencias comunes</b>	$14.000 \times 29,80\% = 4.172\text{€}$
<b>TOTAL</b>	<b>18.172€</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la Seguridad Social (Ministerio de Empleo y Seguridad Social, 2016)

## 8. Plan económico-financiero

Mediante el estudio económico-financiero del plan de negocio se concluirá la viabilidad del proyecto que se pretende realizar. Así, se podrá comprobar si se debe seguir adelante con él, o, por el contrario, no llevar a cabo el proyecto.

### 8.1. Plan de inversión

Durante el plan de inversión se va a exponer las inversiones que va a llevar a cabo la empresa para su puesta en marcha y para su futuro funcionamiento.

Los primeros gastos que va a afrontar King Karts son los gastos de constitución de la empresa, los cuales se muestran detalladamente en la siguiente tabla:

**TABLA 22: COSTES DERIVADOS DE LA CONSTITUCIÓN DE UNA SOCIEDAD LIMITADA**

<b>Certificación de denominación social</b>	Coste por mensajería: Registro 13,94€ + Mensajero 11,94€ = <b>25,88€</b>
<b>Redacción e inscripción de la escritura de constitución</b>	Incluye redacción de los estatutos y firma notarial. Coste: <b>210,45€</b> para una sociedad limitada de 3.006€
<b>Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales e Impuesto de Actos Jurídicos</b>	Coste: el 1% del capital social, para una sociedad de 3.006€ será <b>30,06€</b>
<b>Inscripción en el Registro Mercantil</b>	Coste: <b>123,78€</b>
<b>Legalización y sellado de libros en el Registro Mercantil</b>	Coste: 0,30€ (Instancia en Registro Mercantil) + 30,10€ (Libro de actas y socios) + 19,52€ (Legalización de los libros en Registro Mercantil) = <b>49,92€</b>
<b>TOTAL</b>	<b>440,09€</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de n1jundiz (N1 Júndiz Servicios logísticos, 2016)

Será necesaria la adquisición de un terreno en Paterna de 10.000m<sup>2</sup>, el precio ronda, aproximadamente, los 100.000€.

Se contratará con un despacho de arquitectura y gestión la obtención del título habilitante para el ejercicio de la actividad, tanto los trámites administrativos en el ayuntamiento, como la documentación técnica a presentar en el mismo, esto es, proyecto de obras y actividad. Además, de la realización de las obras para el acondicionamiento del terreno. En el anexo II del presente trabajo se encuentran detallados los gastos de los servicios que se van a contratar con el despacho de arquitectura y gestión, se dividen en gastos necesarios para la puesta en marcha y en el presupuesto para la ejecución material de la obra.

## Plan de negocio para un circuito de karts

El acondicionamiento del terreno consistirá en la construcción de las instalaciones necesarias. Estas son, el edificio central, que constará de una zona de recepción, servicios, sala multiuso, bar-cafetería y vestuarios; circuito de karts; tribuna; boxes; taller y aparcamiento.

Los siguientes gastos de King Karts serán la adquisición del mobiliario para el área de recepción, servicios y sala multiuso (sillas, mesas, estanterías, mostrador), así como, equipos para proceso de la información (ordenador, impresora scanner, teléfono, proyector y pantalla) y la maquinaria (karts).

Por último, también asumirá los gastos de aplicaciones informáticas, como es el software para gestionar la contabilidad de la empresa.

El terreno, las instalaciones, el mobiliario, las aplicaciones informáticas, la maquinaria y los equipos informáticos forman el Activo No Corriente (Inmovilizado material e intangible) de la empresa.

A continuación, se muestra el valor de la inversión en el acondicionamiento del terreno para la construcción del complejo de karts.

**TABLA 23: INVERSIÓN INICIAL EN LA CREACIÓN DE KING KARTS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>IMPORTE</b>
<b>Costes constitución</b>	440,09€
<b>Gastos necesarios puesta en marcha</b>	100.125€
<b>Aplicaciones informáticas</b>	79,90€
<b>Terreno</b>	100.000€
<b>Instalaciones (obra)</b>	317.000€
<b>Mobiliario</b>	2.047,49€
<b>Equipo para proceso de la información</b>	747,94€
<b>Maquinaria (karts)</b>	35.000€
<b>Herramientas</b>	130€
<b>Material de oficina</b>	52€
<b>Útiles para los karts</b>	800€
<b>TOTAL</b>	<b>556.422,42€</b>

Fuente: Elaboración propia

Las instalaciones, el mobiliario, los equipos informáticos, la maquinaria y el edificio central son elementos de la empresa que se podrán amortizar a lo largo de su vida útil.

## Plan de negocio para un circuito de karts

Se va a usar el sistema de amortización lineal o de cuotas constantes, la fórmula a aplicar es la siguiente:

$$\text{Cuota de amortización} = \frac{V_0 - V_r}{n}$$

Debido a que se desconoce el valor residual de los elementos, se va a suponer que el valor residual de las instalaciones, el mobiliario y las aplicaciones informáticas será del 10% sobre su valor de adquisición, mientras que el valor residual de la maquinaria y los equipos informáticos será del 15%.

En las siguientes tablas se va a mostrar el coste detallado de los elementos a amortizar y la amortización.

**TABLA 24: COSTE DE LAS INSTALACIONES**

INSTALACIONES	
Concepto	Importe
Instalaciones	317.000€
<b>TOTAL</b>	<b>317.000€</b>

Fuente: Elaboración propia

IMPORTE A AMORTIZAR	AÑOS AMORTIZACIÓN	CUOTA ANUAL AMORTIZACIÓN
317.000€	50	5.706€

**TABLA 25: COSTE DEL MOBILIARIO**

MOBILIARIO		
Concepto	Cantidad	Importe
Sillas de escritorio ALDO	3	102,89€
Mostrador recepción	1	160€
Sillas de visitante HUNTER	40	1.199,6€
Mesa de reuniones	1	400€
Armario con puertas GALANT	1	185€
<b>TOTAL</b>		<b>2.047,49€</b>

Fuente: Elaboración propia según datos de la página web de Conforama

TABLA 26: AMORTIZACIÓN DEL MOBILIARIO

IMPORTE A AMORTIZAR	AÑOS AMORTIZACIÓN	CUOTA ANUAL AMORTIZACIÓN
2.047,49€	10	184,27€

Fuente: Elaboración propia

TABLA 27: COSTE DE LAS APLICACIONES INFORMÁTICAS

APLICACIONES INFORMÁTICAS		
Concepto	Cantidad	Importe
Software de contabilidad	1	79,90€
<b>TOTAL</b>		<b>79,90€</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la página web de Amazon

TABLA 28: AMORTIZACIÓN DE LAS APLICACIONES INFORMÁTICAS

IMPORTE A AMORTIZAR	AÑOS AMORTIZACIÓN	CUOTA ANUAL AMORTIZACIÓN
79,90€	3	23,99€

Fuente: Elaboración propia

TABLA 29: COSTE DE LA MAQUINARIA

MAQUINARIA		
Concepto	Cantidad	Importe
Karts	10	35.000€
<b>TOTAL</b>		<b>35.000€</b>

Fuente: Elaboración propia

TABLA 30: AMORTIZACIÓN DE LA MAQUINARIA

IMPORTE A AMORTIZAR	AÑOS AMORTIZACIÓN	CUOTA ANUAL AMORTIZACIÓN
35.000€	10	2975€

Fuente: Elaboración propia

TABLA 31: COSTE DE LOS EQUIPOS INFORMÁTICOS

EQUIPOS INFORMÁTICOS		
Concepto	Cantidad	Importe
Ordenador ACER	1	389€
Impresora multifunción	1	35,99€
Proyector portátil Philips	1	212€
Pantalla	1	99€
Teléfono Panasonic	1	11,95€
<b>TOTAL</b>		<b>747,94€</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la página web de Media Markt

TABLA 32: AMORTIZACIÓN DE LOS EQUIPOS INFORMÁTICOS

IMPORTE A AMORTIZAR	AÑOS AMORTIZACIÓN	CUOTA ANUAL AMORTIZACIÓN
747,94€	4	158,93€

Fuente: Elaboración propia

Además, al valor inicial de la inversión hay que añadirle los gastos fijos que se producirán durante los dos primeros meses. A partir de los dos primeros meses se va a suponer que la empresa ya se podrá mantener por si sola con los ingresos de la actividad que va a ir obteniendo. Los gastos fijos que se van a sumar son el servicio subcontratado limpieza, salarios y cargas sociales y publicidad.

Los servicios de limpieza necesarios para mantener en buenas condiciones el complejo será de tres horas semanales, a 10€ la hora, hace un total de 120€ mensuales.

Los salarios y cargas sociales hacen un total de 41.770€. Las tablas con el gasto de salarios y contingencias sociales detallada se encuentran en el apartado de política retributiva (punto 7.6).

Para los gastos de publicidad se ha supuesto la impresión de 4.000 folletos por 22,99€, los folletos serán distribuidos según se ha explicado en el apartado de comercialización (punto 5.4). Se harán campañas de mailing masivo a través de una empresa especializada por 9,95€ al mes. Y, por último, el alquiler de la valla publicitaria promocionando el circuito además de señalizarlo, conllevará un coste de 450€ mensuales. Sumando estas cantidades durante dos meses, resultan aproximadamente 950€.

El bar-cafetería se gestionará como una concesión, esto es, se le otorgará a una empresa de servicios de cafetería el local que ha acondicionado King Karts a cambio de

una cuota mensual. Por lo tanto, no le va a resultar un gasto a King Karts, sino una fuente de ingresos.

**TABLA 33: INVERSIÓN NECESARIA PARA CREAR KING KARTS**

CONCEPTO	IMPORTE
Inversión inicial	556.422,42€
Limpieza (dos meses)	240€
Salarios y cargas sociales (dos meses)	5.967,14€
Publicidad (dos meses)	950€
Suministro (agua y luz de dos meses)	1000€
<b>TOTAL</b>	<b>564.579,56€</b>

Fuente: Elaboración propia

### 8.2. Plan de financiación

Una vez obtenido el valor de la inversión que se necesita para crear King Karts, se analizarán las distintas fuentes de financiación por las que va a optar la empresa para afrontar la inversión. La financiación puede ser propia o ajena.

El socio fundador de King Karts va a invertir en la empresa una cantidad de dinero efectivo de 165.000€. Se trata de un empresario del sector, el cual, aportará el know-how del negocio. Así, la necesidad de financiación real se queda en 400.000€. Esta cantidad será financiada a través de un préstamo del banco.

Se va a solicitar el préstamo al Instituto de Crédito Oficial (ICO) (Ministerio de Economía y Competitividad, 2016), se trata de un banco público que tiene la consideración como Agencia Financiera del Estado, con personalidad jurídica, patrimonio y tesorería propia. Su función principal es promover y financiar diferentes actividades económicas y proyectos empresariales ofreciendo préstamo de hasta 12.500.000€. Las condiciones del préstamo son las siguientes:

**TABLA 34: CONDICIONES PRÉSTAMO ICO**

<b>Modalidad</b>	Préstamo
<b>Importe</b>	400.000€
<b>Tipo de interés fijo máximo</b>	Nominal: 5,038€      TAE: 5,101%
<b>Comisiones</b>	Sin comisiones
<b>Plazo de amortización</b>	7 años sin carencia

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la página web de ico.es (ICO Empresas y Emprendedores, 2016)

El préstamo se va a amortizar según el método francés con cuotas constantes, por lo tanto, contará con 84 cuotas. El primer pago se dará en enero del año 2017, ya que la empresa se va a constituir en diciembre del año 2016.

En la siguiente tabla se muestra la amortización completa del préstamo:

**TABLA 35: TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

Nº de cuota	Capital al inicio de período	Amortización	Intereses del período	Cuota
1	400.000,00	3.981,38	1.679,33	5.660,71
2	396.018,62	3.998,09	1.662,62	5.660,71
3	392.020,53	4.014,88	1.645,83	5.660,71
4	388.005,66	4.031,73	1.628,98	5.660,71
5	383.973,93	4.048,66	1.612,05	5.660,71
6	379.925,27	4.065,66	1.595,05	5.660,71
7	375.859,61	4.082,72	1.577,98	5.660,71
8	371.776,89	4.099,87	1.560,84	5.660,71
9	367.677,02	4.117,08	1.543,63	5.660,71
10	363.559,95	4.134,36	1.526,35	5.660,71
11	359.425,58	4.151,72	1.508,99	5.660,71
12	355.273,86	4.169,15	1.491,56	5.660,71
13	351.104,71	4.186,65	1.474,05	5.660,71
14	346.918,06	4.204,23	1.456,48	5.660,71
15	342.713,83	4.221,88	1.438,83	5.660,71
16	338.491,95	4.239,61	1.421,10	5.660,71
17	334.252,34	4.257,41	1.403,30	5.660,71
18	329.994,93	4.275,28	1.385,43	5.660,71
19	325.719,65	4.293,23	1.367,48	5.660,71
20	321.426,42	4.311,25	1.349,46	5.660,71
21	317.115,17	4.329,35	1.331,36	5.660,71
22	312.785,82	4.347,53	1.313,18	5.660,71
23	308.438,29	4.365,78	1.294,93	5.660,71
24	304.072,51	4.384,11	1.276,60	5.660,71
25	299.688,39	4.402,52	1.258,19	5.660,71
26	295.285,88	4.421,00	1.239,71	5.660,71
27	290.864,88	4.439,56	1.221,15	5.660,71
28	286.425,32	4.458,20	1.202,51	5.660,71
29	281.967,12	4.476,92	1.183,79	5.660,71
30	277.490,20	4.495,71	1.165,00	5.660,71
31	272.994,49	4.514,59	1.146,12	5.660,71
32	268.479,90	4.533,54	1.127,17	5.660,71
33	263.946,36	4.552,57	1.108,13	5.660,71
34	259.393,79	4.571,69	1.089,02	5.660,71
35	254.822,10	4.590,88	1.069,83	5.660,71
36	250.231,22	4.610,15	1.050,55	5.660,71

37	245.621,07	4.629,51	1.031,20	5.660,71
38	240.991,56	4.648,95	1.011,76	5.660,71
39	236.342,61	4.668,46	992,25	5.660,71
40	231.674,15	4.688,06	972,65	5.660,71
41	226.986,08	4.707,75	952,96	5.660,71
42	222.278,34	4.727,51	933,20	5.660,71
43	217.550,83	4.747,36	913,35	5.660,71
44	212.803,47	4.767,29	893,42	5.660,71
45	208.036,18	4.787,30	873,41	5.660,71
46	203.248,88	4.807,40	853,31	5.660,71
47	198.441,48	4.827,59	833,12	5.660,71
48	193.613,89	4.847,85	812,86	5.660,71
49	188.766,04	4.868,21	792,50	5.660,71
50	183.897,83	4.888,64	772,06	5.660,71
51	179.009,19	4.909,17	751,54	5.660,71
52	174.100,02	4.929,78	730,93	5.660,71
53	169.170,24	4.950,48	710,23	5.660,71
54	164.219,76	4.971,26	689,45	5.660,71
55	159.248,51	4.992,13	668,58	5.660,71
56	154.256,38	5.013,09	647,62	5.660,71
57	149.243,29	5.034,14	626,57	5.660,71
58	144.209,15	5.055,27	605,44	5.660,71
59	139.153,88	5.076,49	584,21	5.660,71
60	134.077,39	5.097,81	562,90	5.660,71
61	128.979,58	5.119,21	541,50	5.660,71
62	123.860,37	5.140,70	520,01	5.660,71
63	118.719,67	5.162,28	498,42	5.660,71
64	113.557,38	5.183,96	476,75	5.660,71
65	108.373,43	5.205,72	454,99	5.660,71
66	103.167,71	5.227,58	433,13	5.660,71
67	97.940,13	5.249,52	411,19	5.660,71
68	92.690,61	5.271,56	389,15	5.660,71
69	87.419,04	5.293,69	367,01	5.660,71
70	82.125,35	5.315,92	344,79	5.660,71
71	76.809,43	5.338,24	322,47	5.660,71
72	71.471,19	5.360,65	300,06	5.660,71
73	66.110,55	5.383,15	277,55	5.660,71
74	60.727,39	5.405,75	254,95	5.660,71
75	55.321,64	5.428,45	232,26	5.660,71
76	49.893,19	5.451,24	209,47	5.660,71
77	44.441,95	5.474,13	186,58	5.660,71
78	38.967,82	5.497,11	163,60	5.660,71
79	33.470,71	5.520,19	140,52	5.660,71
80	27.950,52	5.543,36	117,35	5.660,71
81	22.407,16	5.566,64	94,07	5.660,71
82	16.840,52	5.590,01	70,70	5.660,71

83	11.250,52	5.613,48	47,23	5.660,71
84	5.637,04	5.637,04	23,67	5.660,71

Fuente: Elaboración propia

### 8.3. Gastos estimados

En el siguiente apartado se van a estimar los gastos de King Karts que va a tener que afrontar para llevar a cabo su actividad normal. Se va a detallar los doce meses del año 2017, es decir, se va a ver la previsión de los gastos para el primer año de funcionamiento de la empresa.

**TABLA 36: GASTOS PREVISTOS PARA EL AÑO 2017 (ENERO-JUNIO) (EN €)**

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
<b>Suministro agua</b>	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
<b>Suministro luz</b>	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €
<b>Combustible karts</b>	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	600,00 €
<b>Teléfono + ADSL</b>	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €
<b>Publicidad</b>	950,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	800,00 €
<b>Material de oficina</b>	52,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €
<b>Amortizaciones</b>	754,02 €	754,02 €	754,02 €	754,02 €	754,02 €	754,02 €
<b>Herramientas mantenimiento karts</b>	130,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €
<b>Útiles karts</b>	800,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €
<b>Servicio de limpieza</b>	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €
<b>Salarios (incluida SS)</b>	2.983,57 €	2.983,57 €	2.983,57 €	2.983,57 €	2.983,57 €	2.983,57 €
<b>Gastos financieros</b>	1.679,33 €	1.662,62 €	1.645,83 €	1.628,98 €	1.612,05 €	1.595,05 €
<b>TOTAL</b>	8.393,92 €	7.355,21 €	7.338,42 €	7.321,57 €	7.304,64 €	7.687,64 €

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 37: GASTOS PREVISTOS PARA EL AÑO 2017 (JULIO-DICIEMBRE) (EN €)**

	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
<b>Suministro agua</b>	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	1.200,00 €
<b>Suministro luz</b>	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	4.800,00 €
<b>Combustible karts</b>	600,00 €	600,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	5.400,00 €
<b>Teléfono + ADSL</b>	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	300,00 €
<b>Publicidad</b>	800,00 €	800,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	8.150,00 €
<b>Material de oficina</b>	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	382,00 €
<b>Amortizaciones</b>	754,02 €	754,02 €	754,02 €	754,02 €	754,02 €	754,02 €	9.048,19 €
<b>Herramientas mantenimiento karts</b>	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	1.010,00 €
<b>Útiles karts</b>	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	3.000,00 €
<b>Servicio de limpieza</b>	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	1.440,00 €
<b>Salarios (incluida SS)</b>	2.983,57 €	2.983,57 €	2.983,57 €	2.983,57 €	2.983,57 €	2.983,57 €	41.770,00 €
<b>Gastos financieros</b>	1.577,98 €	1.560,84 €	1.543,63 €	1.526,35 €	1.508,99 €	1.491,56 €	19.033,22 €
<b>TOTAL</b>	<b>7.670,57 €</b>	<b>7.653,43 €</b>	<b>7.236,22 €</b>	<b>7.218,94 €</b>	<b>7.201,58 €</b>	<b>7.184,15 €</b>	<b>95.533,41 €</b>

Fuente: Elaboración propia

Durante el primer mes de funcionamiento de la empresa, se ve como los gastos son más elevados que los siguientes 11 meses. Esto resulta normal en el comienzo de un negocio.

La tabla también muestra que, a pesar de que el gasto en salarios no sea muy elevado ya que los trabajadores están contratados a media jornada, es el gasto más elevado que tiene que soportar la empresa. El segundo gasto más elevado es la compra de los karts para el circuito. Se debe tener en cuenta que durante los inicios de una empresa la cifra de gastos resulta bastante elevada hasta que se estabiliza en el mercado.

Como se puede observar los gastos son, más o menos, constantes a excepción de los gastos de publicidad, material de oficina y herramientas y útiles para los karts. Se van a afrontar más gastos de publicidad para promocionar el circuito el primer mes que la empresa abra sus puertas al público para dar a conocerla y al comienzo del

verano, ya que es la temporada más alta dentro del sector del karting outdoor. El gasto en material de oficina, herramientas y útiles para los karts es mayor durante el primer mes de funcionamiento, mientras que los siguientes meses solo se incurrirá en reponer todo lo necesario.

En la siguiente tabla se observa el gasto durante los tres primeros años de funcionamiento de la empresa:

**TABLA 38: EVOLUCIÓN GASTOS (2017-2019) (EN €)**

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Suministro agua</b>	1.200,00 €	1.380,00 €	1.587,00 €
<b>Suministro luz</b>	4.800,00 €	5.520,00 €	6.348,00 €
<b>Combustible karts</b>	5.400,00 €	6.000,00 €	6.500,00 €
<b>Teléfono + ADSL</b>	300,00 €	300,00 €	300,00 €
<b>Publicidad</b>	7.950,00 €	7.950,00 €	7.950,00 €
<b>Material de oficina</b>	382,00 €	360,00 €	360,00 €
<b>Amortizaciones</b>	9.048,19 €	9.643,19 €	10.273,19 €
<b>Herramientas mantenimiento karts</b>	1.010,00 €	1.140,00 €	1.270,00 €
<b>Útiles karts</b>	3.000,00 €	3.500,00 €	4.000,00 €
<b>Servicio de limpieza</b>	1.440,00 €	1.440,00 €	1.440,00 €
<b>Salarios (incluida SS)</b>	41.770,00 €	41.770,00 €	41.770,00 €
<b>Gastos financieros</b>	19.033,22 €	16.512,12 €	13.861,17 €
<b>TOTAL</b>	<b>95.333,41 €</b>	<b>95.515,31 €</b>	<b>95.659,36 €</b>

Fuente: Elaboración propia

Durante el primer año solo se comprarán karts al inicio de la puesta en marcha de la empresa, pero con el paso del primer año y la empresa vaya recibiendo más clientes, se invertirá en nuevos tipos de karts para adaptarse perfectamente a cada cliente. Por esta razón, aumenta el gasto en amortizaciones.

Las herramientas y los útiles para los karts también van ligados con el número de clientes del circuito, por lo que para el segundo y tercer año se prevé que vayan aumentando esos gastos. Lo mismo pasa con el consumo de agua y electricidad, se supone que aumentará un 15% cada año.

### 8.4. Ingresos estimados

Tras haber estudiado los gastos, se va a analizar los ingresos estimados para cada uno de los meses del primer año de funcionamiento de la empresa y, posteriormente, para los tres primeros años. Así, se comprobará si la empresa puede

## Plan de negocio para un circuito de karts

afrontar la cifra de gastos que se ha obtenido en el apartado anterior. Para la obtención de las ventas estimadas se usará un escenario realista, es decir, se va a prever lo que se espera que suceda.

Para hacer un escenario realista de las ventas anuales se ha diferenciado entre las cuatro unidades de negocio que tiene King Karts: karting, privados, empresas y educación.

Para estudiar las ventas anuales del karting se ha obtenido el precio medio de los diferentes precios que ofrece King Karts para cada cliente (niños, adultos y grupos), ya que se va a suponer que van a llegar el mismo número de clientes de cada tipo. En cuanto a los tickets comprados, se supondrá que el circuito se llenará una media de tres veces al día, como hay disponibles 10 karts, hace un total de 30 tickets comprados al día. Los tickets diarios comprados por el precio medio y por los días que tiene un año, se consiguen las ventas anuales estimadas para el karting.

Los clientes privados pagarán una cuota mensual de 210€, se va a suponer que habrá cinco clientes privados al mes durante el primer año.

Las empresas disfrutarán del servicio de King karts, aproximadamente, por una media de 50€ el trabajador, ya que se va a suponer que dispondrán de un buen servicio de catering y de carreras en grupo. Durante el primer año, se conseguirá atraer dos empresas al mes y se supondrán 10 trabajadores por cada empresa.

En cuanto a la educación, el precio por niño es de 9€, para el primer año se supone que vendrán dos colegios al mes con 25 alumnos cada colegio.

Una vez obtenidas las ventas anuales de cada cliente, se procede a distribuir las a lo largo de los 12 meses del primer año. Se va a tener en cuenta que los meses de temporada alta para el karting son junio, julio y agosto, para los privados se mantiene constante durante todo el año, para las empresas será temporada alta los meses en los que ya ha empezado el buen tiempo, pero sin comenzar las vacaciones de verano y las ventas en el sector de la educación se verán disminuidas en los meses de verano debido a las vacaciones escolares.

A continuación, se muestra las ventas estimadas para cada mes del año 2017:

**TABLA 39: VENTAS PREVISTAS PARA EL AÑO 2017 (ENERO-JUNIO) (EN €)**

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
<b>Karting</b>	12.960,00 €	12.960,00 €	12.960,00 €	12.960,00 €	12.960,00 €	25.920,00 €
<b>Privados</b>	1.050,00 €	1.050,00 €	1.050,00 €	1.050,00 €	1.050,00 €	1.050,00 €
<b>Empresas</b>	800,00 €	800,00 €	800,00 €	1.600,00 €	1.600,00 €	1.600,00 €
<b>Educación</b>	540,00 €	540,00 €	540,00 €	540,00 €	540,00 €	540,00 €
<b>TOTAL</b>	15.350,00 €	15.350,00 €	15.350,00 €	16.150,00 €	16.150,00 €	29.110,00 €

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 40: VENTAS PREVISTAS PARA EL AÑO 2017 (JULIO-DICIEMBRE) (EN €)**

	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
<b>Karting</b>	25.920,00 €	25.920,00 €	12.960,00 €	12.960,00 €	12.960,00 €	12.960,00 €	194.400,00 €
<b>Privados</b>	1.050,00 €	1.050,00 €	1.050,00 €	1.050,00 €	1.050,00 €	1.050,00 €	12.600,00 €
<b>Empresas</b>	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €	12.000,00 €
<b>Educación</b>			540,00 €	540,00 €	540,00 €	540,00 €	5.400,00 €
<b>TOTAL</b>	27.770,00 €	27.770,00 €	15.350,00 €	15.350,00 €	15.350,00 €	15.350,00 €	224.400,00 €

Fuente: Elaboración propia

También se van a estudiar las ventas previstas para los tres primeros años de funcionamiento de King Karts. El número de clientes aumenta con el paso del tiempo debido a los efectos de promoción y comercialización, sobretodo, por la actividad de las redes sociales y página web, y debido a que King Karts empieza a ser conocido en el mercado, por lo que se consiguen atraer a mayor número de clientes.

Para el karting, se va a suponer un incremento del 25% de clientes para el segundo año de funcionamiento del circuito y un incremento del 15% sobre el segundo año para el tercer año. Para los clientes privados y las empresas, se prevé un incremento del 20% sobre el año anterior para el año 2018 y un aumento del 10% sobre el año anterior para el 2019. Por último, para la educación, se supone un aumento del 10% y 5% sobre el año anterior, respectivamente, para el año 2018 y 2019.

**TABLA 41: VENTAS PREVISTAS (2017-2019) (EN €)**

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Karting</b>	194.400,00 €	243.000,00 €	279.450,00 €
<b>Privados</b>	12.600,00 €	15.120,00 €	16.632,00 €
<b>Empresas</b>	12.000,00 €	14.400,00 €	15.840,00 €
<b>Educación</b>	5.400,00 €	5.940,00 €	6.237,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>224.400,00 €</b>	<b>278.460,00 €</b>	<b>318.159,00 €</b>

Fuente: Elaboración propia

## 8.5. Cuenta de pérdidas y ganancias previsional

Se va a realizar la cuenta de pérdidas y ganancias previsional para analizar el resultado de los tres primeros años de King Karts. Se han tenido en cuenta los gastos necesarios para el funcionamiento de la empresa, las amortizaciones del activo fijo y el Impuesto de Sociedades del 30%.

Como se puede observar en la siguiente tabla, King Karts tiene un resultado positivo desde el primer año. También, se ve como el beneficio va aumentando debido a las mayores ventas y a los menores gastos financieros.

**TABLA 42: CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PREVISIONAL**

<b>CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>			
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Importe Neto de la Cifra de Negocios</b>	224.400,00 €	278.460,00 €	318.159,00 €
<b>Aprovisionamientos</b>	16.092,00 €	18.200,00 €	20.365,00 €
<b>Personal</b>	41.770,00 €	41.770,00 €	41.770,00 €
<b>Servicios exteriores</b>	9.390,00 €	9.390,00 €	9.390,00 €
<b>Amortizaciones</b>	3.398,10 €	3.398,10 €	3.398,10 €
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>153.749,90 €</b>	<b>205.701,90 €</b>	<b>243.235,90 €</b>
<b>Gastos financieros</b>	19.033,22 €	16.512,12 €	13.861,17 €
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	- 19.033,22 €	- 16.512,12 €	- 13.861,17 €
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>134.716,68 €</b>	<b>189.189,78 €</b>	<b>229.374,73 €</b>
<b>Impuesto sobre beneficios</b>	- 40.415,00 €	- 56.756,93 €	- 68.812,42 €
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>94.301,68 €</b>	<b>132.432,85 €</b>	<b>160.562,31 €</b>

Fuente: Elaboración propia

## 8.6. Análisis de la rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera indica el rendimiento neto obtenido de los capitales propios de la empresa, es decir, es la rentabilidad de los capitales invertidos. Resulta un aspecto importante en el estudio del negocio ya que cuanto mejor sea la rentabilidad financiera mejor se cubrirán las expectativas de los inversores.

Durante los tres primeros años no habrá ningún importe destinado a reservas, ya que los dividendos serán repartidos al socio de la empresa.

Se van a estudiar los ratios de rentabilidad financiera para los tres primeros años dividiendo el beneficio neto, es decir, una vez deducido los impuestos e intereses del beneficio, entre el patrimonio neto de la empresa.

**TABLA 43: PATRIMONIO NETO PREVISTO DE LOS TRES PRIMEROS AÑOS**

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Capital</b>	3.005,60 €	3.005,60 €	3.005,60 €
<b>Reservas</b>	- €	- €	- €
<b>Resultado negativo de ejercicios anteriores</b>	- €	- €	- €
<b>Resultado ejercicio</b>	94.301,68 €	132.432,85 €	160.562,31 €
<b>Total Patrimonio Neto</b>	97.307,28 €	135.438,45 €	163.567,91 €

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 44: RATIOS DE RENTABILIDAD FINANCIERA PREVISTOS DE LOS TRES PRIMEROS AÑOS**

<b>RF 2017</b>	0,969112279
<b>RF 2018</b>	0,977808369
<b>RF 2019</b>	0,981624758

Fuente: Elaboración propia

Se ve como el ratio de rentabilidad financiera es positivo desde el comienzo de la actividad de King Karts. Por lo que, desde el inicio, la empresa es rentable en el aspecto financiero y cubre las necesidades del inversor.

## 9. Conclusiones

Tras la descripción del proyecto empresarial King Karts es momento de extraer las conclusiones derivadas del estudio y análisis de todos los puntos que contiene el trabajo.

Como se ha podido comprobar, se trata de un proyecto innovador basado en una idea clásica. La ventaja competitiva sobre el resto de los competidores consistirá en ser los mejores, en cuanto a la calidad de todo el complejo y los precios ofrecidos. Cuenta con unos valores bien definidos y tiene claros sus objetivos a largo plazo.

Con el estudio del macroentorno se puede ver cómo la situación económica no es la más adecuada, pero sí se observan mejoras que pueden ayudar al buen funcionamiento del negocio, además, un factor a destacar es la amplia afición al motor con la que cuenta la Comunidad Valenciana. En cuanto al microentorno, mantener un circuito de calidad y con precios asequibles será la mejor garantía de éxito.

Durante el estudio de mercado, se ha concluido que existe posibilidad real de mercado. El público objetivo ha demostrado su predisposición a participar en actividades de karting, así como a valorar muy positivamente un servicio de calidad e innovador. También, se han analizado sinergias posibles, en las que a medida que la empresa vaya teniendo oportunidad, podrá aprovechar para aumentar su negocio.

Siguiendo el plan de marketing establecido en el trabajo, la empresa podrá anticiparse a cambios del entorno y adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes. El gerente de la empresa, que cuenta con experiencia en el sector del karting y va a aportar el know-how del negocio, es el responsable de las tareas de marketing, por lo que va a resultar una gran ventaja para King Karts. Al haber estudiado previamente los productos que se van a ofrecer y la política de precios, se espera que se adapte perfectamente al público objetivo.

La localización de la empresa es cercana a un centro de ocio de máxima afluencia, por lo que sacará provecho de las buenas comunicaciones con las que cuenta, así como, del crecimiento que está experimentando la zona. La empresa contará al inicio con un circuito, no se descarta que en un futuro y cuando sea capaz de afrontar la inversión, construya otro circuito para adaptarse mejor a la diversidad de cada cliente.

En cuanto a la organización de la empresa, se contará con tres trabajadores a media jornada. El socio fundador de la empresa será el gerente y se encargará de controlar al responsable de operaciones y mecánico.

## Plan de negocio para un circuito de karts

Mediante el análisis económico-financiero se ha visto reflejada la viabilidad tanto económica como financiera. Aplicando los datos se ha observado que la empresa obtiene beneficios desde el primer año y van aumentando durante los dos siguientes años estudiados, además, obtiene suficiente rentabilidad financiera para cubrir las necesidades del inversor. Por lo que se puede concluir que King Karts resulta un proyecto rentable y cumple las expectativas de crecimiento.

Con todo esto, se cree en la viabilidad y rentabilidad del proyecto, tanto desde el punto de vista técnico, comercial y económico.



## Bibliografía

- Ajuntament de Paterna. (2016). *Sede electrónica*. Recuperado el 25 de 03 de 2016, de <http://www.paterna.es/es/component/content/article/7-noticias/8261-sagredo-estructura-el-nuevo-gobierno-de-paterna-en-cinco-grandes-%C3%A1reas-y-asume-la-gesti%C3%B3n-de-industria,-empresa,-universidad-y-deportes.html>
- Ajuntament de València. (2016). *Clima*. Recuperado el 28 de 04 de 2016, de <http://valenciaemprende.es/ayuntamiento/laciudad.nsf/vDocumentosTituloAux/clima?opendocument&lang=1&nivel=2&bdOrigen=ayuntamiento/el tiempo.nsf&seccion=0>
- American Marketing Association (AMA). (2013). *Definition of Marketing*. Recuperado el 20 de 04 de 2016, de <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- Asivalco Fuente del Jarro. (2016). *Empresas*. Recuperado el 06 de 04 de 2016, de <http://www.asivalco.org/empresas>
- Asociación de Comerciantes de Karting en España. (2016). *Asociación de Comerciantes de Karting en España (ACKE)*. Recuperado el 01 de 04 de 2016, de <http://www.ascke.com/>
- Asociación Española de Pistas de Karts. (2016). *Asociación Española de Pistas de Karts (AEPKA)*. Recuperado el 01 de 04 de 2016, de <http://www.aepka.com/>
- Asociación para la Defensa del Karting en España. (2016). *Asociación para la Defensa del Karting en España (ADKE)*. Recuperado el 2016 de 04 de 01, de <http://www.adke.es/>
- Cámara de la Comunidad Valenciana. (2011). *Guía de emprendedores*. Recuperado el 06 de 06 de 2016, de [http://www.camaravalencia.com/es-ES/emprendedores/asesoramos/Documents/5formas\\_juridicas.pdf](http://www.camaravalencia.com/es-ES/emprendedores/asesoramos/Documents/5formas_juridicas.pdf)
- Campeonatos de España de Karting. (2013). *Reglamento de homologación de circuitos de karting*. Recuperado el 08 de 05 de 2016, de <http://documents.tips/documents/reglamento-homologacion-circuitos-karting.html>
- Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. (2016). *Emprendedores y PYME*. Recuperado el 06 de 06 de 2016, de <http://www.ipyme.org/es-ES/DesarrolloProyecto/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas.aspx>

- European Central Bank. (2016). *Key ECB interest rates*. Recuperado el 28 de 03 de 2016, de <https://www.ecb.europa.eu/stats/monetary/rates/html/index.en.html>
- Fórmula F1. (2016). *Circuito Valencia*. Recuperado el 29 de 03 de 2016, de <http://www.formulaf1.es/circuito/valencia-europa/>
- Generalitat Valenciana. (2015). *Datos estadísticos- Demografía*.
- Heron City Valencia. (2016). *Directorio Heron City*. Recuperado el 06 de 04 de 2016, de <http://www.heroncity.com/valencia/heron-city-paterna/directorio/>
- ICO Empresas y Emprendedores. (2016). *Tipo de interés máximo*. Recuperado el 17 de 06 de 2016, de <https://www.ico.es/web/ico/ico-empresas-y-emprendedores/-/lineasICO/view?tab=tipoInteres>
- Instituto Nacional de Estadística. (04 de 12 de 2015). *Cifras de Población*. Recuperado el 28 de 04 de 2016, de <http://www.ine.es/prensa/np948.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística. (26 de 05 de 2016). *Contabilidad Nacional Trimestral de España*. Recuperado el 29 de 05 de 2016, de <http://www.ine.es/prensa/cntr0116.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística. (28 de 04 de 2016). *Encuesta de Población Activa*. Recuperado el 2016 de 05 de 03, de <http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0116.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística. (13 de 04 de 2016). *Índice de Precios al Consumo (IPC)*. Recuperado el 28 de 04 de 2016, de <http://www.ine.es/daco/daco42/daco421/ipc0416.pdf>
- Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial. (2016). *Información sectorial de la Comunidad Valenciana*. Recuperado el 19 de 04 de 2016, de [http://internacional.ivace.es/estudios/informacion\\_sectorial\\_cv.html](http://internacional.ivace.es/estudios/informacion_sectorial_cv.html)
- Karting Manises. (2016). *Karting Manises*. Recuperado el 15 de 04 de 2016, de [www.kartingmanises.com](http://www.kartingmanises.com)
- Ministerio de Economía y Competitividad. (2016). *ICO Empresas y Emprededores*. Recuperado el 17 de 06 de 2016, de <https://www.ico.es/web/ico/ico-empresas-y-emprendedores/-/lineasICO/view?tab=general>
- Ministerio de Educación y Ciencia. (2013). *Anuario de estadísticas deportivas*. Recuperado el 28 de Mayo de 2016, de <http://www.mecd.gob.es/servicios-al->

ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/aed-2013.pdf

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2015). *Encuesta de hábitos deportivos en España 2015*. Recuperado el 28 de 03 de 2016, de [http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/ehd/Encuesta\\_de\\_Habitos\\_Deportivos\\_2015.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/ehd/Encuesta_de_Habitos_Deportivos_2015.pdf)

Ministerio de Empleo y Seguridad Social. (2016). *Bases y tipos de cotización*. Recuperado el 27 de 05 de 2016, de [http://www.seg-social.es/Internet\\_1/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Basesytiposdecotiza36537/index.htm](http://www.seg-social.es/Internet_1/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Basesytiposdecotiza36537/index.htm)

Ministerio de Empleo y Seguridad Social. (2016). *Cotización/Recaudación de trabajadores*. Recuperado el 27 de 05 de 2016, de [http://www.seg-social.es/Internet\\_1/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Regimenes/RegimenGeneraldeLaS10957/InformacionGeneral/index.htm](http://www.seg-social.es/Internet_1/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Regimenes/RegimenGeneraldeLaS10957/InformacionGeneral/index.htm)

Ministerio de Empleo y Seguridad Social. (2016). *Régimen Especial de Trabajadores Autónomos*. Recuperado el 27 de 05 de 2016, de [http://www.seg-social.es/Internet\\_1/Trabajadores/Afiliacion/RegimenesQuieneslos10548/RegimenEspecialdeTr32825/index.htm](http://www.seg-social.es/Internet_1/Trabajadores/Afiliacion/RegimenesQuieneslos10548/RegimenEspecialdeTr32825/index.htm)

N1 Júndiz Servicios logísticos. (2016). *Costes constitución Sociedad Limitada*. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de [http://www.n1jundiz.com/datos/paginas\\_doc/archivo59/costes%20sl.pdf](http://www.n1jundiz.com/datos/paginas_doc/archivo59/costes%20sl.pdf)

Porter, M. (1980). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. New York: Free Press.

Ribes, Herrero, Perelló, Ruiz. (2015). *Gestión de los Recursos Humanos. La dirección de personas*. Valencia: Tirant lo blanch.

Soriano, C. L. (1998). *Internet: El plan estratégico*. Madrid: Diaz De Santos, S.A.

Talaya, Á. E. (2008). *Principios de marketing*. Madrid: Esic Editorial.

Valencia Karting Center. (2016). *Valencia Karting Center*. Recuperado el 15 de 04 de 2016, de <http://www.valenciakartingcenter.com/tarifas.html>

València Parc Tecnològic. (2009). Recuperado el 06 de 04 de 2016, de <http://www.ptvalencia.es/index.php?mapa=empresas>





## ANEXO I

### Preguntas realizadas en la encuesta

- 1- ¿Práctica regularmente algún deporte? (Sí/No)
- 2- ¿Pertenece a alguna asociación deportiva? (Sí/No)
- 3- ¿Qué actividades suele realizar en su tiempo libre?  
(Música/Televisión/Deporte/Discootecas o pubs/Salir con amigos/Pasear/Lectura/Cine o teatro)
- 4- ¿Ha ido alguna vez a un complejo de karts? (Sí/No)
- 5- Si ha contestado que no, indique el motivo y vaya a "ENVIAR" directamente.  
(Calidad/Precio/Ubicación/Simplemente no le gusta)
- 6- ¿Ha conducido alguna vez en un circuito de karts? (Sí/No)
- 7- ¿Con qué frecuencia acude a un complejo de karts? (Una o más veces a la semana/Una o más veces al mes/Una o más veces al año/Menos de una vez al año)
- 8- ¿Considera esta actividad una buena experiencia? (Sí/No)
- 9- ¿Ha disfrutado del karting alguna vez en ambiente laboral? (Sí/No)
- 10- ¿Ha disfrutado del karting alguna vez en ambiente familiar o amigos? (Sí/No)
- 11- ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por disfrutar del circuito? (Menos de 10€/Entre 10€ y 20€/Entre 20€ y 30€/Entre 30€ y 40€/Más de 40€)
- 12- ¿Qué mejoraría de los complejos de karts a los que ha acudido? (Calidad de los karts, circuito o vestuario/Precio/Ubicación/Servicio de comida/Otras instalaciones/Nada)

## ANEXO II

### Presupuesto centro lúdico de karts

**Acondicionamiento parcela (10.000 m<sup>2</sup>):** Visto que la parcela presenta un desnivel aproximado de +/- 20 cm se acondicionará ésta mediante una explanación mecánica que incluirá la evacuación de restos a vertedero autorizado.

2 euros /m<sup>2</sup> x 10.000 m<sup>2</sup> = 20.000 euros

**Taller y boxes (800 m<sup>2</sup>):** Se habilitará un taller que permita la ubicación dentro del mismo de la herramienta necesaria asistir a los vehículos que se encuentren utilizando el centro lúdico para dejarlos en perfecto uso de funcionamiento y boxes para situar en el interior de los mismos los vehículos que estén preparándose para su posible participación en la competición.

Ambos espacios dispondrán de un pavimento de hormigón con acabado asfáltico, las particiones necesarias para acondicionar los vehículos en su interior, instalaciones de electricidad y suministro de agua, así como servicios-aseo y acabados decorativos propios de cada participante.

40 euros /m<sup>2</sup> x 800 m<sup>2</sup> = 32.000 euros

**Circuito (4.000m<sup>2</sup>):** Cumplirá con las medidas necesarias que marque la normativa vigente con base de hormigón armado y acabado asfáltico de su superficie, así como pintado, señalización e iluminación pertinente:

20 euros /m<sup>2</sup> x 4.000 m<sup>2</sup> = 80.000 euros

**Aparcamiento (50 plazas):** Se acondicionará el terreno con un acabado suficiente para permitir el aparcamiento de los vehículos que asistan a este circuito con la señalización e iluminación pertinente, mediante la explanación y compactado del terreno:

50 plazas x 25 m<sup>2</sup>/plaza (incluido vías de acceso) = 1.250 m<sup>2</sup> x 8 euros /m<sup>2</sup> = 10.000 euros

**Tribuna (gradas) 100 personas:** Se habilitarán gradas prefabricadas que permitan el uso de las mismas por 100 personas cumpliendo la normativa vigente: 15.000 euros

**Edificio Central (400 m2):** Se habilitará un edificio que cuente con las siguientes dependencias:

- Sala Polivalente aforo 40 personas
- Bar Restaurante aforo 40 personas
- Aseos
- Oficinas (3 personas)
- Recepción
- Vestuarios (10 personas)

400 euros/m2 x 400 m2 = 160.000 euros

**TOTAL PRESUPUESTO EJECUCIÓN MATERIAL DE LA OBRA:** **317.000**  
**EUROS**

5% x TOTAL (367.500 euros) = 18.375 euros (tasas de licencia de obras e ICIO).

Proyectos y dirección de obra: 10 % x TOTAL (367.500 euros) = 36.750 euros

Suministro de energía y saneamiento del centro lúdico: 45.000 euros

**GASTOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA:** **100.125**  
**EUROS**

**TOTAL PRESUPUESTO CENTRO LÚDICO:** **417.125 EUROS**

DESPACHO DE ARQUITECTURA Y GESTIÓN  
Paco ALBERT ALCINA  
Laura ALBERT LÓPEZ

