

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
Y EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

TEMA:

**Propuesta de creación de una academia para pilotos de
carrera profesional bajo las normas de la fedak y la fia en la
ciudad de Guayaquil**

AUTOR:

Barreiro Zambrano, Raúl Andrés

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

TUTOR:

Lcda. Zumba Córdova, Rosa Margarita. PhD.

Guayaquil, Ecuador

2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Barreiro Zambrano, Raúl Andrés**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe**.

TUTORA

f.  _____

Lcda. Zumba Córdova, Rosa Margarita. PhD.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

CPA. Vélez Barros, Cecilia Isabel. PhD.

Guayaquil, a los 16 del mes de septiembre del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA EMPRENDIMIENTO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Barreiro Zambrano, Raúl Andrés**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de creación de una academia para pilotos de carrera profesional bajo las normas de la fedak y la fia en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 16 del mes de septiembre del año 2021

EL AUTOR

f. _____

Barreiro Zambrano, Raúl Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Barreiro Zambrano, Raúl Andrés**

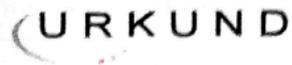
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de creación de una academia para pilotos de carrera profesional bajo las normas de la fedak y la fia en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 del mes de septiembre del año 2021

EL AUTOR:

f. _____
Barreiro Zambrano, Raúl Andrés

REPORTE URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS CORREGIDA RAÚL BARREIRO 28082021.docx (D111858218)
Submitted: 8/31/2021 6:59:00 AM
Submitted By: mr_zumba@yahoo.com
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

A handwritten signature in black ink, appearing to be "R. Zumba".

AGRADECIMIENTO

En esta etapa doy gracias a mis padres por ser mi motor principal de apoyo incondicional, gracias a ellos he logrado culminar una etapa más, a mi familia por siempre alentarme, amigos por siempre apoyarme en los momentos necesarios y a Dios por darme las fortalezas para seguir adelante.

Un grato agradecimiento a los docentes de la carrera de Emprendimiento que a lo largo de estos cuatro años lograron inculcarnos los conocimientos y valores necesarios para estar preparados al ambiente laboral, en especial a la Lcda. Rosa Margarita, quien ha logrado apoyarme en esta última etapa con su conocimiento y consejos, además que fue la docente quien siempre estuvo desde un inicio apoyándome cuando recién llegué a estudiar a la carrera, las gracias no bastarán Miss.

A mis amigos de la infancia, Fernando V. Héctor T, Juan José N., Joan M., Carlos O, Jesús S, quienes a pesar de la distancia siempre fueron un soporte y una gran ayuda en todo momento para lograr superar las adversidades, gracias infinitas muchachos.

DEDICATORIA

Este trabajo de sustentación se lo dedico principalmente a mi familia, a mi papá Ab. Raúl Barreiro por ser siempre mi principal inspiración en la vida y siempre por apoyarme en la vida, a mi mamá Ab. Vanessa Isabel quien siempre me dio la fortaleza y energías para seguir adelante, ustedes dos que hicieron posible con su esfuerzo y sacrificio que yo haya logrado cumplir esta meta, siempre serán mi mayor inspiración, queridos padres.

A mis hermanos Enzo Raúl y Édison Raúl, por siempre apoyarme y darme la motivación necesaria, tenerlos junto a mí es una bendición y por último a la Lcda. Maryuri Villalba quien ha sido como una segunda mamá en mi vida, gracias por todo el apoyo, siempre estarán en mi corazón.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA EMPRENDIMIENTO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Lcda. Zumba Córdova, Rosa Margarita. PhD.

TUTORA

f. _____

CPA. Vélez Barros, Cecilia Isabel. PhD.

DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Lcda. Zumba Córdova, Rosa Margarita. PhD.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ÍNDICE

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.1. Tema-Título.....	4
1.2. Justificación	4
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objetivo de Estudio.....	4
1.4. Contextualización del tema u Objeto de Estudio	5
1.5. Objetivos de la Investigación	6
1.5.1. Objetivo General	6
1.5.2. Objetivos Específicos	6
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	6
1.7. Planteamiento del problema	7
1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto	9
1.8.1. Marco referencial.....	9
1.8.2. Marco Teórico	12
1.8.3. Marco Conceptual	15
1.8.4. Marco Lógico.....	16
1.9. Formulación de la Hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuales se establecerán los objetivos.....	18
1.10. Cronograma.....	18
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	20
2.1. Análisis de la Oportunidad.....	20
2.1.1. Descripción de la idea de Negocio, modelo de Negocio	21
2.2. Misión, visión y valores de la Empresa	21
2.3. Objetivos de la empresa	22
2.3.1. Objetivo General	22
2.3.2. Objetivos Específicos	22
3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	24
3.1. Aspecto Societario de la Empresa.....	24
3.1.1. Generalidades.....	24
3.1.2. Fundación de la Empresa	24
3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones.....	24
3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo.....	25
3.2.1. Código de Ética	25
3.3. Propiedad Intelectual	25

3.3.1.	Registro de Marca	25
3.3.2.	Derecho de Autor del Proyecto	25
3.4.	Presupuesto Constitucional de la Empresa	26
4.	AUDITORIA DE MERCADO.....	28
4.1.	PEST	28
4.2.	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado.....	33
4.3.	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones	33
4.4.	Análisis de la Oferta.....	36
4.4.1.	Tipo de Competencia	36
4.4.2.	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial.....	36
4.4.3.	Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Producto	37
4.4.4.	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y estrategia de la Empresa	37
4.5.	Análisis de la Demanda	38
4.5.1.	Segmentación de Mercado	38
4.5.2.	Criterio de Segmentación.....	38
4.5.3.	Selección de Segmentos.....	38
4.5.4.	Perfiles de Segmento	39
4.6.	Matriz – FODA.....	40
4.7.	Investigación de Mercado.....	41
4.7.1.	Método	41
4.7.2.	Diseño de la Investigación	41
4.7.3.	Conclusiones de la Investigación de Mercado	56
4.7.4.	Recomendaciones de la Investigación de Mercado	56
5.1.	Objetivos: General y Específicos	59
5.1.1.	Mercado Meta	59
5.2.	Posicionamiento	60
5.3.	Marketing Mix	62
5.3.1.	Estrategia de Producto o Servicio	62
5.3.2.	Estrategia de Precios	66
5.3.3.	Estrategia de Plaza	68
5.3.4.	Estrategias de Promoción	71
5.4.	Presupuesto de Marketing.....	79
6.	PLAN OPERATIVO	81
6.1.	Producción.....	81
6.1.1.	Proceso Productivo	81

6.1.2.	Flujograma del proceso	81
6.1.3.	Infraestructura	87
6.1.4.	Mano de Obra	87
6.1.5.	Capacidad Instalada.....	88
6.1.6.	Presupuesto	88
6.2.	Gestión de Calidad	88
6.2.1.	Políticas de Calidad.....	88
6.2.2.	Procesos de Control de Calidad.....	89
6.2.3.	Presupuesto	90
6.3.	Gestión Ambiental	90
6.3.1.	Políticas de Protección Ambiental	90
6.3.2.	Procesos de Control Ambiental.....	91
6.3.3.	Presupuesto	91
6.4.	Gestión de Responsabilidad Social	91
6.4.1.	Políticas de Protección Social	91
6.4.2.	Presupuesto	92
6.5.	Estructura Organizacional.....	92
6.5.1.	Organigrama	92
6.5.2.	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	92
6.5.3.	Manual de Funciones. Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos	94
7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO.....	96
7.1.	Inversión Inicial.....	96
7.1.1.	Tipo de Inversión.....	96
7.1.2.	Financiamiento de la Inversión.....	98
7.1.3.	Cronograma de Inversiones	99
7.2.	Análisis de Costos	99
7.2.1.	Costos Fijos	99
7.2.2.	Costos Variables	100
7.3.	Capital de Trabajo	101
7.3.1.	Gastos de Operación	101
7.3.2.	Gastos Administrativos.....	101
7.3.3.	Gastos de Ventas.....	102
7.3.4.	Gastos Financieros	102
7.4.	Análisis de Variables Críticas	102
7.4.1.	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes	102
7.4.2.	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Venta	103

7.4.3.	Análisis de Punto de Equilibrio	104
7.5.	Entorno Fiscal de la Empresa.....	105
7.6.	Estados Financieros proyectados.....	105
7.6.1.	Balance General.....	105
7.6.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias	106
7.7.	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples .	109
7.8.	Razones Financieras	110
7.8.1.	Liquidez.....	110
7.8.2.	Gestión.....	111
7.8.3.	Endeudamiento	111
7.8.4.	Rentabilidad	112
7.9.	Conclusión del Estudio Financiero.....	112
8.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	115
8.1.	Principales riesgos.....	115
8.2.	Monitoreo y control del riesgo.....	115
8.3.	Acciones correctivas	116
9.	CONCLUSIONES.....	118
10.	RECOMENDACIONES	120
11.	FUENTES	122
12.	ANEXOS	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Marco Lógico	16
Tabla 2 Presupuesto de Constitución	26
Tabla 3 Características de competidores.....	37
Tabla 4 Criterio de Segmentación.....	38
Tabla 5 Segmentación de la muestra	42
Tabla 6 Precios de la competencia	67
Tabla 7 Precios de venta al público	68
Tabla 8 Gastos de lanzamiento	75
Tabla 9 Cronograma de actividades de promoción.....	78
Tabla 10 Presupuesto de Marketing	79
Tabla 11 Estructura de niveles y materias	84
Tabla 12 Cronograma curso introducción	85
Tabla 13 Cronograma curso Manejo Avanzado Profesional.....	86
Tabla 14 Cronograma curso Piloto Profesional	86
Tabla 15 Cronograma curso Práctico Simulador	87
Tabla 16 Manual de funciones del personal de la academia	94
Tabla 17 Inversión Inicial	96
Tabla 18 Inversión en activos fijos	96
Tabla 19 Inversión diferida.....	97
Tabla 20 Inversión Corriente.....	98
Tabla 21 Fuentes de financiamiento	98
Tabla 22 Tabla de amortización.....	99
Tabla 23 Amortización deuda anual.....	99
Tabla 24 Tabla de costos fijos	100
Tabla 25 Gastos de operación	101
Tabla 26 Gastos administrativos.....	101
Tabla 27 Gastos de Ventas	102
Tabla 28 Gastos financieros	102
Tabla 29 Cálculo precio de venta.....	103
Tabla 30 Proyección de ventas.....	104
Tabla 31 Proyección de ventas.....	104
Tabla 32 Tabla punto de equilibrio.....	104

Tabla 33 Balance General	105
Tabla 34 Estado de pérdidas y ganancias	106
Tabla 35 Flujo de Efectivo	108
Tabla 36 CAPM.....	108
Tabla 37 Tasa Ponderada	108
Tabla 38 Análisis de escenarios múltiples	110
Tabla 39 Liquidez.....	110
Tabla 40 Ratio de gestión	111
Tabla 41 Endeudamiento	111
Tabla 42 Rentabilidad	112
Tabla 43 Principales Riesgos.....	115

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Ventas en unidades de automotores en Ecuador.....	7
Gráfico 2 Cronograma de actividades.....	18
Gráfico 3 Ciclo de vida del producto	33
Gráfico 4 Conclusiones Cinco Fuerzas Competitivas de Porter.....	35
Gráfico 5 Matriz FODA.....	40
Gráfico 6 Género de personas encuestadas	46
Gráfico 7 Edades de personas encuestadas	46
Gráfico 8 ¿Usted es aficionado a los deportes de motor?	47
Gráfico 9 ¿Cuáles son las razones por las cuales es aficionado?	48
Gráfico 10 ¿Qué tipo de deporte de motor ve o consume?	48
Gráfico 11 ¿Considera importante la existencia de una academia para pilotos de carreras profesional?	49
Gráfico 12 ¿Qué características considera más gratificantes al momento de adquirir el servicio?	49
Gráfico 13 ¿Usted está dispuesto a ser partícipe de una academia para pilotos de carreras?	50
Gráfico 14 ¿En qué medio le gustaría poder adquirir el servicio mencionado en la pregunta anterior?	50
Gráfico 15 ¿A través de que medio le gustaría poder recibir información sobre el servicio?	51
Gráfico 16 ¿Estaría dispuesto a realizar un curso por completo o separado por niveles?.....	52
Gráfico 17 ¿Cuántos posibles niveles prefiere al momento de adquirir el servicio?.....	52
Gráfico 18 ¿Si la academia estuviese compuesta de tres niveles cuánto estaría dispuesto a pagar por el nivel 1 de aprendizaje?	53
Gráfico 19 ¿Si la academia estuviese compuesta de tres niveles cuánto estaría dispuesto a pagar por el nivel 2 de aprendizaje?	53
Gráfico 20 ¿Si la academia estuviese compuesta de tres niveles cuánto estaría dispuesto a pagar por el nivel 3 de aprendizaje?	54
Gráfico 21 Logo de la empresa.....	62

Gráfico 22 Niveles de producto.....	62
Gráfico 23 Simulador de carreras completo.....	65
Gráfico 24 Accesorios para pilotos	65
Gráfico 25 Marca General.....	66
Gráfico 26 Submarca Manejo Avanzado	66
Gráfico 27 Submarca piloto profesional	66
Gráfico 28 Distribución oficina	69
Gráfico 29 Autoshow de Guayaquil.....	70
Gráfico 30 Banner.....	73
Gráfico 31 Revista especializada en automóviles.....	74
Gráfico 32 Pagina de Facebook de EKA Karting Ecuador.....	77
Gráfico 33 Fan Page.....	78
Gráfico 34 Flujograma de procesos de admisión alumnos	81
Gráfico 35 Flujograma de selección de docentes	83
Gráfico 36 Flujograma de planificación de recursos	84
Gráfico 37 Organigrama de la empresa.....	92

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad desarrollar e impulsar una academia para personas que desean ser pilotos de carreras profesional la cual esté normalizada por la Federación Ecuatoriana de Automovilismo y Kartismo del Ecuador en la ciudad de Guayaquil.

La empresa se denomina ECUADORIAN RACING ACADEMY S.A. bajo la marca Ecuadorian Racing Academy Development, el principal enfoque de la propuesta de negocios es darle al cliente una experiencia en la cual pueda desarrollar de manera óptima técnicas teóricas y prácticas sobre conducción en pista o circuitos urbanos con la utilización de simuladores de conducción profesional de primera calidad e inmersión total. El servicio será comercializado a través de las redes sociales, y eventos públicos de automóviles, tales como auto shows que se realicen en la ciudad, se llevará a cabo un plan de marketing en el que se desarrollaran estrategias que permitan posicionar a Ecuadorian Racing Academy Development en la mente del cliente como un servicio de aprendizaje real.

Basado en los resultados del análisis financiero, se indica que la empresa es viable y sostenible en el tiempo ya que la misma posee valores y análisis positivos, con proyecciones a cinco años obteniendo resultados de una TMAR de 19,30%, un VAN de \$12,071.70 y una TIR de 32,57%, los cuales son resultados favorables.

Palabras Claves: (Academia, Carreras Profesional, Piloto, Técnicas, Aprendizaje)

Abstract

The purpose of this degree work is to develop and promote an academy for people who wish to be drivers of professional races which is normalized by the Ecuadorian Federation of Motorsport and Kartism of Ecuador in the city of Guayaquil.

The company is called ECUADORIAN RACING ACADEMY S.A. under the brand Ecuadorian Racing Academy Development, the main focus of the business proposal is to give the client an experience in which he can optimally develop theoretical techniques and practices techniques on driving track or street circuits with the use of professional driving simulators of quality and total immersion. The service will be marketed through social media, and public car events, such as auto shows held in the city, a marketing plan will be carried out in which strategies will be developed to put Ecuadorian Racing Academy Development in the top of the market, and in the consumer's mind as a real learning service.

Based on the results of the financial analysis, it is indicated that the company is viable and sustainable over time because it has positive values and analysis, with five-year projections obtaining results of a TMAR of 19,30%, an NPV of \$12,071.70 and an IRR of 32,57%, which are favorable results.

Keywords: (Academy, Professional Races, Racing Drivers, Techniques, Learning)

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, ha existido un aumento en la tendencia del consumo de los deportes de motor, ha incrementado esta tendencia ya que las personas se sienten atraída hacia otros tipos de deportes que no sean los habituales que se consumen periódicamente, por esta razón los deportes de motor han ido incrementando adeptos en el país en general. Además, las personas que consumen este deporte también les gusta el poder practicarlo de manera práctica el cual es por medio de simuladores semiprofesionales. La industria claramente se encuentra en crecimiento, no existe la variedad de servicios que necesitan para poder aprender de manera profesional sobre conducción profesional para competir profesionalmente.

El uso de automóviles en el Ecuador incrementa gradualmente, por ende, la compra del mismo aumenta, a causa de la pandemia causada mundialmente las ventas de automóviles en el 2020 disminuyeron, pero con la reactivación de las empresas automotrices han ido gestionando en el país las ventas han aumentado de manera exponencial, lo particular de la situación es que no solo automóviles de uso diario se han empezado a fabricar o importar al país, ya que concesionarias privadas han empezada a traer vehículos de marcas internacionalmente prestigiosas, lo cual hace que el sector sea muy optimista acerca del crecimiento. Esto demuestra que personas con afinidad a los autos ya sea de uso diario o de competencia necesitaran una academia donde puedan mejorar sus habilidades automovilísticas.

La presente propuesta ofrece la solución a esta necesidad introduciendo al mercado una academia, la cual ayudará a que el cliente mejore sus capacidades tanto prácticas como teóricas sobre la conducción deportiva en circuitos para las personas que sean aficionadas a deportes de motor.

Se busca analizar la factibilidad de elaboración y comercialización, mediante un plan operativo, investigación de mercado y un análisis financiero, en base a los datos obtenidos se plantearán estrategias para cada caso.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema-Titulo

Propuesta de creación de una academia para pilotos de carrera profesional bajo las normas de la fedak y la fia en la ciudad de Guayaquil.

1.2. Justificación

En el Ecuador se da un despertar del automovilismo de competencia con la renovación de nuevas máquinas y marcas más poderosas que estimulan a los pilotos a segregar nueva adrenalina en pro de la alegría del aficionado, la gran cantidad de pilotos destacados en las diversas modalidades permite mantener latente el grado de aceptación en las competencias que suceden con regularidad en las distintas ciudades del Ecuador. (*Historia del deporte ecuatoriano, 2012*) El deporte motor atrae a personas que están interesadas en poder practicar de manera segura y profesional la conducción más profesional. Por este motivo, la propuesta a presentar busca ofrecer una enseñanza e impartición acerca de la conducción profesional en pista, dirigido a personas que desean poder convertirse en pilotos de carrera.

A través de la propuesta, se busca aportar el impulso de la producción nacional, ofertando distintas plazas de empleo a pilotos ya existentes en el Ecuador para que puedan impartir sus conocimientos.

Es importante destacar, que dentro de esta propuesta se aplicarán los conocimientos adquiridos, durante los cuatro años de estudio de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objetivo de Estudio

El siguiente trabajo de titulación y posterior investigación se llevará a cabo en la ciudad de Guayaquil, ya que, además de su nivel adquisitivo también porque es donde posee la mayor concentración de personas apasionadas por el deporte motor, donde podría ser aprovechado de gran

manera. Tiene como finalidad poder determinar la viabilidad de la implementación de una academia para pilotos de carreras profesional, la cual este avalada para poder impartir las posteriores clases, dirigido a personas con tendencia al conocimiento sobre el deporte motor y que le guste realizar la práctica de la misma

Para el desarrollo y análisis de la investigación, se tomará en referencia algunos aspectos importantes para el desarrollo.

Se realizará un correcto plan de marketing en el cual, se puedan definir temas específicos para el correcto funcionamiento del proyecto, así mismo, se detallarán las proyecciones financieras, de esta manera poder medir el índice de rentabilidad y el retorno de la inversión que se realizará.

Dicha investigación será desarrollada en el transcurso de mayo del 2021 a septiembre del 2021.

1.4. Contextualización del tema u Objeto de Estudio

La presente propuesta se alinea a los requerimientos del Plan Nacional para el Buen Vivir, en el cual, en el objetivo número cinco “Impulsar la Productividad y Competitividad para el Crecimiento Económico Sustentable de Manera Redistributiva y Solidaria”, se plantea la generación de trabajo, dignos y de calidad diversificando la producción nacional. Generar trabajo y empleos dignos y de calidad, incentivando al sector productivo para que aproveche las infraestructuras construidas y capacidades instaladas que permitan incrementar la productividad. (*Semplades, 2017*)

Asimismo, promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento (*Semplades, 2017*), ayudará de manera dinámica a largo plazo, para así incentivar a la inversión extranjera con una industria atractiva.

La investigación, además, lleva relación con las líneas de investigación establecidas en el Sistema de Investigación y Desarrollo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (SINDE), en donde se menciona: Las investigaciones están orientadas a las teorías y modelos económicos para el desarrollo social y empresarial, con base en el emprendimiento y la innovación

social para la producción sostenible, la inversión socialmente responsable, con la finalidad de contribuir con las políticas públicas sobre economía, finanzas y empleo. (SINDE, 2012)

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad y viabilidad de la creación de una academia para pilotos de carreras profesional que cumpla con las normativas impuestas por la FEDAK y la FIA.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar el nivel de aceptación de la propuesta sobre una academia para pilotos de carreras profesional en el mercado Guayaquileño.
- Identificar los requisitos legales, para el desarrollo correcto de la propuesta, para evitar sanciones cumpliendo con las normativas.
- Determinar estrategias de mercadeo, acorde al plan de marketing, para fidelizar al consumidor.
- Plantear, un estudio financiero, económico y tributario, para conocer la rentabilidad de la propuesta a presentar.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información

La investigación a desarrollar se considera de tipo exploratorio, ya que se efectúa sobre un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado con anterioridad, su propósito es establecer tendencias o contenidos de interés y contextos de estudios. (*Métodos de investigación social*, 2009)

Los métodos que se usarán para la investigación serán cualitativos y cuantitativos, como enfoque cualitativo se llevarán a cabo entrevistas a expertos en el área del automovilismo, tales como, pilotos de carrera ecuatorianos, a través de un banco de preguntas concretas con el objetivo de

recolectar información relevante para tomar en cuenta dentro del área de Investigación y Desarrollo. Por otra parte, con un enfoque cuantitativo se realizarán encuestas, las cuales permitirán conocer, la aceptación y preferencias del cliente.

De esta manera se espera obtener información relevante la cual, sea de aporte en el desarrollo de la propuesta.

1.7. Planteamiento del problema

Actualmente, un vehículo se ha convertido en una necesidad, se lo requiere para uso diario, trabajo y algunas personas lo usan como medio de recreación, en el caso específico de autos modificados o preparados para carreras o competiciones a nivel nacional.

Durante 2018 se importaron 101,416 autos; de enero a junio de 2018 se ensamblaron 18,576 vehículos. De enero a noviembre del año pasado se exportaron 1.595 carros; las ventas de enero a diciembre cerraron en 137,615 automotores. (*Asociación de empresas automotrices del Ecuador, 2019*)

Gráfico 1 Ventas en unidades de automotores en Ecuador

COMPOSICIÓN DE LAS VENTAS EN ECUADOR EN UNIDADES, 2000-2020

AÑO	ENSAMBLAJE LOCAL	% PARTICIPACIÓN	IMPORTACIÓN	% PARTICIPACIÓN	TOTAL
2000	10.441	55,0%	8.542	45,0%	18.983
2001	20.316	35,7%	36.634	64,3%	56.950
2002	21.047	30,3%	48.325	69,7%	69.372
2003	22.768	39,2%	35.327	60,8%	58.095
2004	22.230	37,6%	36.921	62,4%	59.151
2005	29.528	36,7%	50.882	63,3%	80.410
2006	31.496	35,2%	58.062	64,8%	89.558
2007	33.500	36,6%	58.070	63,4%	91.570
2008	47.541	42,2%	65.067	57,8%	112.608
2009	44.990	48,5%	47.740	51,5%	92.730
2010	56.583	42,9%	75.384	57,1%	131.967
2011	60.306	43,1%	79.502	56,9%	139.808
2012	55.651	45,9%	65.717	54,1%	121.368
2013	55.906	49,1%	57.894	50,9%	113.800
2014	60.273	50,2%	59.784	49,8%	120.057
2015	44.210	54,4%	37.099	45,6%	81.309
2016	31.738	49,9%	31.817	50,1%	63.555
2017	40.189	38,2%	64.888	61,8%	105.077
2018	37.276	27,1%	100.339	72,9%	137.615
2019	25.307	19,1%	106.901	80,9%	132.208
2020	13.968	16,3%	71.850	83,7%	85.818

Elaborado por: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador

Fuente: (Aeade, 2020)

Como se puede observar en la gráfica, hubo una reducción en las ventas de automotores en el país a causa de la pandemia mundial, por el virus SARS-CoV-2, el cual en el año 2020 afectó al sector, pero las medidas que tomaron las empresas automotrices en el Ecuador lograron equilibrar las ventas de manera que no fueran demasiado negativas. Con la vacunación que se está llevando a cabo la industria se está reactivando lo cual se ve reflejado en el incremento de ventas de autos.

En el Ecuador, existe la cultura del automovilismo, en el cual se ve reflejada por la creación de clubes de automóviles, como lo es en el caso de Guayaquil donde algunos grupos han aparecido, y algunas de las personas que están dentro de aquellos clubes no tienen la destreza o experiencia para conducir de manera adecuada vehículos de cilindraje alto.

Tras el auge de este deporte en el Ecuador sucedieron una serie de tropiezos con los cuales la multitudinaria afición empezó a mermar las tribunas de los autódromos y eventos realizados, uno de estos tantos tropiezos fue la otorgación de los poderes que regían al automovilismo ecuatoriano por parte de la FIA a entidades que mostraron poco interés sobre dicha disciplina; incluso llegando al punto de dar de baja la actividad tuerca en el país. (Miranda, 2015)

El poco apoyo de los medios creó una falta de interés en el público que cada vez se ausentaba más, ahora gracias a un grupo decidido de participantes se ha creado un verdadero comité que vele por intereses del deporte para así elevar su nivel y lo lleve a la posición donde debería estar. (Miranda, 2015)

En función de estas realidades se plantea la necesidad de explorar la factibilidad para el desarrollo de servicios que suplan las necesidades automovilísticas y de conducción de la población tomando en cuenta la problemática indicada, por lo que se formula la propuesta para la creación de una academia para pilotos de carreras profesional que este avalada por la FEDAK y la FIA en la ciudad de Guayaquil.

1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1. Marco referencial

Para la propuesta a presentar, se tomará en referencia casos de éxito de marcas extranjeras que enseñan acerca de la conducción de automóviles de carreras. Se tomará en referencia marcas nacionales que tienen algún parentesco con la categoría de automovilismo, en el país.

Ferrari Driver Academy

El programa de la Scuderia Ferrari tiene como objetivo atraer a jóvenes talentosos, y como suele ser el caso, se inspira en un comentario de Enzo Ferrari: “Me encanta pensar que Ferrari puede hacer tanto conductores como coches”. El fundador de la empresa a menudo pensaba de forma innovadora, sorprendiendo con su enfoque muy diferente. (*Ferrari Driver Academy*, 2021)

Ferrari cree en el valor de capacitar a su personal y a los conductores jóvenes. El éxito en el método de enseñanza con el piloto de la temporada 2006 llevó a la creación de la Ferrari Driver Academy en 2009, el programa se puso realmente en marcha en el 2010, con la llegada de jóvenes promesas del automovilismo. La Ferrari Driver Academy no es solo una escuela de conducción de carreras. Es una verdadera academia para el deporte, donde sus estudiantes aprenden todos los aspectos de su profesión elegida. También se estudian las reglas del deporte, la historia del equipo y asuntos legales relacionados con las carreras. Implica una inmersión total en el mundo de Ferrari y, a lo largo de los años, muchos de los estudiantes de la academia han pasado a competir a un nivel alto, con cuatro estudiantes hasta la fecha llegando a la Formula 1. (*Ferrari Driver Academy*, 2021)

El programa se encuentra bajo la dirección de Luca Baldisseri, quien tiene la encomienda de seguir de cerca el progreso gradual que van teniendo sus pilotos promesa durante años. La academia solo acepta a sus alumnos por invitación a través de una “beca”, con la cual la escudería se hace cargo de todos los gastos. (*Top 5 escuelas para pilotos de autos de carreras*, 2016)

Ferrari Driver Academy se toma como referencia debido al reconocimiento mundial que la marca posee en la industria automovilística,

así mismo, en la industria de las competencias profesionales de automóviles, al brindar conocimiento en el aspecto de los automóviles a través de los años. La innovación que la Scuderia posee en sus productos y conocimientos, es considerada como factor clave a seguir, ya que esto permitirá brindar un servicio de calidad y confiables para el consumidor.

Sauber Academy

Sauber, que lleva adelante el equipo Alfa Romeo de Fórmula 1, tiene un largo historial en el desarrollo de jóvenes pilotos, incluyendo a Robert Kubica y Sergio Pérez. La academia Sauber será supervisada por el director del equipo de Alfa Romeo Racing, Frederic Vasseur, el cual menciona: “Nuestra academia es solo el último proyecto destinado a descubrir a las estrellas del futuro y guiarlas a través de su carrera, dándole las herramientas, la educación y los recursos necesarios para tener éxito en el mundo del deporte motor”. (*Luke Smith, 2020*)

Esto tomará la forma de entrenamiento físico y mental, trabajo técnico con los ingenieros del equipo, entrenamiento de medios y trabajo en el simulador, tanto para la F1 como para las respectivas series de pilotos, con el fin de desarrollar un piloto completo, capaz de afrontar de forma profesional y exitosa todos los desafíos dentro y fuera de la pista que ofrece una carrera en el automovilismo. (*SAUBER, 2021*)

Sauber Academy servirá como principal referencia, para la propuesta presentada, ya que posee niveles innovadores de enseñanza, en los cuales se fortalecen los entrenamientos físicos y mentales para el buen desarrollo del piloto, así mismo, con el trabajo en el simulador en el cual los pilotos pueden aprender de manera virtual algunas técnicas de pilotaje o trabajos técnicos, la propuesta presentada tiene como matiz la utilización de simuladores para mantener la innovación constante, con el propósito de satisfacer las necesidades del cliente y consumidor.

FFSA Academy

Creada en 1993 bajo el nombre de “Filière Elf”, la academia FFSA está bajo los auspicios de la Federación Francesa de Automovilismo desde 2001. Hoy, el centro de formación federal es una referencia internacional en su campo

envidiado por muchos otros países. La FFSA y el grupo Total-Fina-Elf firman un acuerdo en colaboración el 11 de abril, tras el cual la “La Filière FFSA” se convierte en una realidad y ahora es gestionada por un consejo de administración dependiente de la FFSA. (*FFSA Academy, 2021*)

Inauguración del Centro Nacional de Habilidad y Preparación Física de la FFSA. Este nuevo nombre premia la infraestructura desarrollada por la Auto Sport Academy: Un simulador que mide la fuerza de los brazos o los músculos del cuello. En particular, permite que el centro de entrenamiento federal acoja a cualquier conductor que desee su preparación física. Creación de un plan de estudios específico para conductores en el Pole Espoirs: El 1 de octubre de 2012, se crea una escuela de conductores dentro de la Auto Sport Academy. La creación de este programa técnico privado permite dar respuesta a la incompatibilidad entre los calendarios deportivos internacionales. Posee 16 horas de lecciones a la semana, los estudiantes se beneficiarán de varios profesores y seis aulas. (*FFSA Academy, 2021*)

Se toma como referencia esta Academia francesa de automovilismo por la metodología de enseñanza que brindan, ya que poseen gran experiencia dentro del automovilismo mundial, en donde han formado grandes pilotos como el actual piloto de Fórmula 1 Pierre Gasly, la academia posee un centro de preparación física muy completo, poseen un auto de Fórmula 4 con el cual pueden preparar de mejor manera a los aspirantes, ya que van preparados directamente para los campeonatos existentes a nivel mundial.

EKA Ecuador Karting Academy

Luego de firmarse un convenio estratégico para el desarrollo del karting en la provincia de Pichincha, EKA (Ecuador Karting Academy), el 6 de junio de 2017, impartirá sus cursos de pilotos, en el kartodromo “Dos Hemisferios”, en la mitad del Mundo, Quito. La Academia impartirá clases a niños de 7 a 12 años. La academia cuenta con tres niveles de enseñanza: básico, intermedio y avanzado. Al final de cada nivel los alumnos son evaluados por el Quito Karting Club, quien será el encargado de otorgar la GreenKard para pasar al siguiente nivel, así como para concluir todo el ciclo. (*SUCESOSDEPORTIVOS, 2017*)

La escuela contará con la dirección Técnica de Patricio Larrea “Pato”, reconocido piloto que se encuentra en plena actividad nacional e internacional, para las prácticas de conducción en la clase de Micromax se usarán chasis homologados por la Federación Internacional de Automovilismo. Cada curso contará con máximo 10 alumnos. (SUCESOSDEPORTIVOS, 2017)

Se toma como referencia a EKA Ecuador Karting Academy, por ser pioneros en el mercado ecuatoriano de enseñanza automovilística, pese a que es una academia que no tenga mucho tiempo en el mercado ecuatoriano, la aceptación que tiene la academia es alta según los movimientos que registra.

1.8.2. Marco Teórico

La propuesta presentada, busca diseñar una academia para la formación de pilotos de carreras, que sea innovadora y utilice equipos tecnológicos de simulación para una buena enseñanza de manera práctica, así mismo la enseñanza teórica sobre temas referentes a la conducción profesional en pistas de carreras. El análisis de esta investigación está fundamentado en teorías de autores influyentes que han aportado de manera dentro del ámbito empresarial.

Teoría de Innovación

La innovación cumple un papel importante el cual, debe ser tomado en cuenta dentro de toda empresa, ya que estar en constante innovación e implementando constantes innovaciones será la clave para que cualquier empresa se mantenga a la par del crecimiento y se diferencie de sus competidores.

Según Schumpeter, en su teoría explica que existe una repetición de los procesos en las actividades de producción en cada empresa, y esto conlleva a realizar innovaciones para ir a la par con las tecnologías modernas, con esto dar acción a la destrucción creativa, lo cual lleva al empresario o emprendedor a utilizar toda su capacidad creativa, innovadora y audaz. (*Schumpeter, Innovación y Determinismo Tecnológico*, 2004)

La innovación es un asunto de disciplina sistemática, organizada y rigurosa. El logro de una actitud más de una actividad, no es solo producción de cosas. Abandonar lo de ayer, en vez de defenderlo. (*Peter Drucker, innovador maestro de la administración*, 2006)

Estrategia de Diferenciación

La propuesta está en la búsqueda de presentar al consumidor características que sean únicas en el producto las cuales sean apreciadas por el consumidor. Las características que se diseñen en el producto serán claves para obtener una buena diferenciación sobre los competidores, se tomará en cuenta algunos factores como: innovación, capacidad tecnológica, alta calidad.

Para diferenciarse, hay que ofrecer una opción que la competencia no posea. Para lograrlo, es necesario observar cómo los consumidores toman decisiones basados en la diferenciación. Ser original se traduce en más conocimiento y experticia. Está demostrado que, en la mayoría de casos, ser el primero proporciona una ventaja de participación de mercado sustancial y significativa. (*"Diferenciarse o morir"*, 2001)

Posicionamiento

Jack Trout, Al Ries (2002) se refieren al posicionamiento como “La posición se basa en una serie de consideraciones, entre las que destacan las fortalezas y debilidades de la compañía y de los competidores, la forma más fácil de penetrar la mente de una persona es ser el primero en llegar.”

Cuando un mercadólogo lanza un producto, trata de posicionarlo de manera que este parezca tener las características más deseadas por el target. Esta imagen proyectada es fundamental. La posición del producto, es la percepción que tiene el cliente sobre los atributos del producto en relación con los de marcas competitivas. Los consumidores toman un gran número de decisiones todos los días. Para realizar la reevaluación continua de numerosos productos, los consumidores tienden a agrupar en su mente los productos para simplificar la decisión de compra. (Mora, Schupnik, 2001)

Estrategias de Nicho de Mercado

El nicho de mercado sirve para el estudio de la porción del segmento de mercado en el que los clientes poseen características y necesidades homogéneas que no están cubiertas por la oferta general del mercado. La estrategia de nicho de mercado consiste en especializarse en servir nichos de mercado que los grandes competidores pasan por alto o ignoran. (“Estrategias de creación empresarial”, 2015)

Las empresas con estrategias de nichos de mercado evitan confrontaciones directas con las empresas más grandes mediante una especialización por líneas de mercado consumidor, producto o mezcla de mercadotecnia. De esta manera logran ser tan rentables como sus competidores más grandes. (“Estrategias de creación empresarial”, 2015)

Alianzas Estratégicas

A pesar de la multiplicidad y variedad de definiciones existentes, se encuentra en la literatura una coincidencia en que las alianzas estratégicas son relaciones cooperativas y de confianza entre organizaciones, en las cuales se comparten metas y beneficios, pero en las que las compañías mantienen un importante nivel de autonomía e independencia. ("*Alianzas estratégicas alternativas generadoras de valor*", 2014)

Es fundamental lograr alianzas de un alcance amplio, es decir, esquemas asociativos a través de los cuales se creen beneficios desde la posición geográfica de las partes, para que, desde ese punto de vista, y de otros complementarios se alcance el desarrollo de las firmas. Como resultado de esta acción, de hecho, se espera usualmente una repercusión sobre el valor de la inversión. ("*Alianzas estratégicas alternativas generadoras de valor*", 2014)

1.8.3. Marco Conceptual

Los diferentes conceptos bajo los que se fundamenta el proyecto son:

Deporte Motor: Cualquiera de los varios deportes que involucran carreras o conducción competitiva de vehículos de motor, generalmente está involucrado por cualquier tipo de automóvil y todo tipo de deportes de motor. (*Car and Driver*, 1983)

Simuladores de carreras: Un simulador de carreras lleva la idea de conducir un coche a un nivel mucho más profundo y serio. Diseñado para reproducir las variables físicas del mundo real, como el agarre de los neumáticos, la tracción, la geometría de la suspensión, la aerodinámica y más, un simulador de carreras crea la representación más precisa posible de la dinámica de conducción. (*Radioauto Sport*, 2013)

Conducción Profesional: Cabe destacar que el conductor profesional es la persona cuya profesión es la de ser conductor, recibiendo a cambio una remuneración monetaria. (Escuela de conductores, 2019)

Automóvil de carreras: Un automóvil de carreras esta modificado para usarse en competencias de automovilismo. Según la disciplina y la categoría, un automóvil de carreras puede estar basado en un automóvil de calle o puede haber sido modificado específicamente para las carreras. (*SOYMOTOR*, 2015)

Piloto de carreras: Alguien que conduce un auto de carreras en carreras de autos. (*Diccionario Cambridge*, 2021)

Academia: Establecimiento docente, público o privado, de carácter profesional, artístico, técnico o simplemente practico. (ASALE & RAE, 2021)

Enseñanza: Ejemplo, acción o suceso que sirve de experiencia, enseñando o advirtiendo cómo se debe obrar en casos análogos. (ASALE & RAE, 2021)

FIA: La FIA (Federación Internacional de Automovilismo) es el órgano rector del deporte automovilístico mundial y la federación de las principales

organizaciones automovilísticas del mundo. Fundada en 1904, con sede en París, la FIA es una asociación sin ánimos de lucro. Reúne a 240 organizaciones nacionales de automovilismo y deporte de 144 países de los cinco continentes. Sus clubes miembros representan a millones de automovilistas y a sus familias. (FIA, 2015)

FEDAK: La Federación Ecuatoriana de Automovilismo y Kartismo Deportivo (FEDAK) es una organización estatal creada para controlar, reglamentar e incentivar el deporte automovilístico en el Ecuador, contando con la afiliación de clubes dispersos en todo el territorio nacional, los cuales comprenden diferentes modalidades como: Circuitos, Karting, 4x4, Rally, Autos Clásicos, entre otras. (FEDAK, 2019)

1.8.4. Marco Lógico

Tabla 1 *Marco Lógico*

Objetivo General	Indicadores	Fuentes	Supuestos
Determinar la factibilidad y viabilidad de la creación de una academia para pilotos de carreras profesional que cumpla con las normativas impuestas por la FEDAK y la FIA en la ciudad de Guayaquil.	VAN, ratios, índice de aceptación del producto, TIR, payback.	Estado de pérdidas y ganancias, balance general, presupuesto de ventas.	La propuesta es rentable con respecto a la investigación realizada.

Determinar el nivel de aceptación de la propuesta, por medio de un estudio de mercado, para conocer la viabilidad del desarrollo del servicio.	Índice de frecuencia de consumo del mercado.	Investigación de mercado, INEC.	Posterior a la investigación se espera un nivel de aceptación del 70%
Desarrollar, un estudio financiero, económico y tributario, para analizar la rentabilidad de la propuesta a través de las proyecciones de venta.	Balance general, estado de resultados.	Plan Financiero.	Ratios de rentabilidad proyectan información positiva para la empresa.
Establecer procesos productivos y administrativos requeridos para implementar dentro de la empresa estándares de calidad, los cuales puedan satisfacer las exigencias del mercado.	Flujograma de procesos.	Manual de procesos.	Eficiencia y eficacia en los procesos para mejorar la calidad del servicio y reducir costos.
Eficiencia y eficacia de los procesos para mejorar la calidad del producto y reducir costos.	Estrategia de diferenciación y fidelización del cliente.	Plan de Marketing – Estrategias de Competitividad	Fidelización en el cliente y posicionamiento en la mente del consumidor.
Identificar los requisitos legales y sanitarios	Normativas legales.	Código de trabajo, SRI, Constitución de la Republica.	Escenario positivo para el producto con

necesarios, para comprobar su factibilidad de cumplimiento.			bajar barreras de entrada.
---	--	--	----------------------------

1.9. Formulación de la Hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuales se establecerán los objetivos

Sistematización del problema

¿Cuál será el nivel de aceptación de una academia para pilotos de carreras profesional en el mercado de Guayaquil?

¿Qué estrategias de marketing serán adecuadas para aplicar en el negocio?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar el cliente final por un curso sobre pilotaje profesional de carreras?

¿Será rentable una academia para pilotos de carreras profesional en la ciudad de Guayaquil?

1.10. Cronograma

Gráfico 2 Cronograma de actividades

Trabajo de Titulación ▼	Duración ▼	Inicio ▼	Fin ▼
Capítulo 1	18 días	10/5/2021	27/5/2021
Capítulo 2	5 días	28/5/2021	1/6/2021
Capítulo 3	5 días	2/6/2021	6/6/2021
Capítulo 4	8 días	7/6/2021	14/6/2021
Capítulo 5	8 días	15/6/2021	22/6/2021
Capítulo 6	10 días	23/6/2021	2/7/2021
Capítulo 7	10 días	3/7/2021	12/7/2021
Capítulo 8	8 días	13/7/2021	20/7/2021
Capítulo 9	9 días	21/7/2021	29/8/2021
Capítulo 10	9 días	30/7/2021	8/8/2021
Capítulo 11	7 días	9/8/2021	15/8/2021
Capítulo 12	6 días	16/8/2021	21/8/2021
Capítulo 13	6 días	22/8/2021	27/8/2021

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPÍTULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

En el Ecuador el automovilismo profesional comienza a practicarse desde el año de 1930 donde en las ciudades de Guayaquil, Riobamba, Ambato y Cuenca eran los escenarios donde destacados pioneros realizaban pruebas de calidad mecánica y pericia con el objetivo de llegar a lo más alto posible a la ciudad próxima por carreteras de tercer orden en muy malas condiciones. (Miranda, 2015)

En la actualidad, en Ecuador se desarrollan algunas modalidades deportivas como son: rally, circuitos abiertos en las calles de las ciudades, circuitos cerrados ejecutados e autódromos, pistas de 4x4, piques. Para lo cual, deben estar preparados los pilotos, copilotos y los vehículos para las diferentes competencias, en las que deberán cumplir con duras y estrictas exigencias en cada una de las modalidades. (ELCOMERCIO, 2011)

El Ecuador sigue desarrollando su nivel automovilístico en el rally con pilotos como Enrique Carreño quien fue el primer ecuatoriano en participar en el rally más extenso y complejo del mundo, el Paris-Dakar haciendo un excelente papel en el año 2013 y para el año 2014 Paul Zea queda entre los 25 mejores pilotos a nivel mundial en el WRC-México, así es como el Ecuador tiene una proyección y muy buen futuro en el rally internacional. (Miranda, 2015)

El circuito Nacional de Yahuarcocha es el símbolo del deporte motor en el país, unidos en un solo propósito para dar sueño de los ecuatorianos aficionados del deporte tuerca el mejor escenario del país es terminado, en el año 1970. (Miranda, 2015)

En vista a la creciente demanda de productos o servicio dentro del sector automovilísticos se ha podido determinar que es una buena oportunidad para poder entrar en el mercado, ya que no tiene alguna otra opción parecida a la que se plantea en este proyecto, por esa misma razón se

propone la ejecución de la academia para pilotos profesionales con la correspondiente educación de todos los estudiantes que deseen ingresar en la academia, en donde aprenderán de manera práctica, teórica y con simuladores de alta calidad.

2.1.1. Descripción de la idea de Negocio, modelo de Negocio

La presente propuesta consiste en diseñar una academia para pilotos de carreras profesional, la cual este regulada por la Federación Ecuatoriana de Automovilismo y Kartismo. Este servicio, está dirigido para las personas a las cuales les guste la conducción y los automóviles de la ciudad de Guayaquil y tiene como propósito el aprendizaje profesional sobre conducción en circuitos urbanos, cerrados o las demás modalidades existentes.

2.2. Misión, visión y valores de la Empresa

Misión

Dictar clases didácticas y prácticas, brindando la mejor enseñanza sobre el automovilismo profesional.

Visión

Ser la academia y marca referente en el mercado de la enseñanza sobre conducción profesional, aportando al conocimiento práctico y teórico sobre automovilismo mediante utilización tecnológica y desarrollo cognitivo de cada estudiante.

Valores

Responsabilidad: Con los alumnos ofreciendo clases de vanguardia.

Compromiso: Trabajadores arraigados a la empresa, dispuestos a aportar ideas nuevas para el buen desarrollo del servicio.

Liderazgo: Liderar y trabajar para mantener un orden correcto dentro de la academia.

Honestidad e Integridad: Hacer lo correcto siempre con los clientes.

2.3. Objetivos de la empresa

2.3.1. Objetivo General

Liderar el segmento de mercado de academias para pilotos de carreras profesional de la Ciudad de Guayaquil.

2.3.2. Objetivos Específicos

- Iniciar la comercialización a través de redes sociales y a través de clubes de automovilismo existentes en Ecuador.
- Innovar el servicio, desde cómo se impartirán las clases, brindando a los clientes las mejores formas de aprendizaje.
- Posicionar la marca en la mente de los clientes y consumidores durante los primeros 12 meses.
- Ampliar la línea de simuladores en un tiempo estimado de 1 año.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

CAPITULO 3

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades

La academia adoptará como razón social el nombre de Ecuadorian Racing Academy S.A, siendo su actividad operativa la enseñanza teórica y práctica sobre conducción profesional en circuitos o pistas.

Se establecerá como una sociedad anónima según lo estipulado en el artículo 143 de la ley de compañías.

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividiendo en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que corresponden por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. ("Ley de Superintendencia de Compañías", 1999)

3.1.2. Fundación de la Empresa

A través de lo estipulado en la ley, Ecuadorian Racing Academy S.A, será prescrito mediante una escritura pública, que según el mandato de la Superintendencia de Compañías será inscrito en el Registro Mercantil.

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

Según lo estipulado por la Ley de Superintendencia de Compañías establece óptimo un capital mínimo de \$800,00 dólares para poder constituir una compañía. Este valor se entregará en acciones a repartir en partes iguales, dicho capital será dividido en 800 acciones a un valor de \$1 cada una.

El valor del capital mencionado será dividido entre los accionistas iniciales con los que contará la empresa, en el que la participación de las acciones será del 60% y 40% brindándoles facilidades de compra y venta.

Cada socio o inversionista tendrá el derecho a opinar y tomar decisiones dentro de las juntas y reuniones, y a la vez la obtención de ingresos generados por parte de la empresa.

3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.2.1. Código de Ética

Mediante la constitución de Ecuadorian Racing Academy S.A, se establecerá un código de ética, en el cual uno de sus principales objetivos se tiene la práctica de buenas normas y valores dentro de los procesos administrativos de la empresa. Así, generando un ambiente favorable de respeto, honestidad y dinamismo para el talento humano de cada departamento.

3.3. Propiedad Intelectual

3.3.1. Registro de Marca

Ecuadorian Racing Academy S.A, realizará el respectivo proceso de registro de marca y logotipo en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (Senadi), es el organismo técnico de derecho público, adscrito a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, y autoridad nacional competente, que ejerce las facultades de regulación, gestión y control de los derechos intelectuales. La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente. (Servicio Nacional de *Derechos Intelectuales*, 2018)

3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto

El presente trabajo de titulación desarrollado para la obtención del título de Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe se encuentra protegido por todos los derechos reservados por el autor y publicado con fines académicos por la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

3.4. Presupuesto Constitucional de la Empresa

Tabla 2 Presupuesto de Constitución

DESCRIPCIÓN	VALOR
Constitución de la compañía	\$1500,00
BPM y Trámites	\$1500,00
Registro de la Marca	\$208,00
Total	\$3208.00

Fuente: (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2018),
(Superintendencia de Compañías, 2017)

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

CAPÍTULO 4

4. AUDITORIA DE MERCADO

4.1. PEST

Investigar, analizar y mantenerse alerta a lo que suceda en el entorno es de gran importancia para detectar tendencias y acontecimientos claves del pasado, presente y futuro de la sociedad, debido a esta razón se da la importancia de analizar el entorno en la sociedad según las situaciones actuales. Ya que las estrategias no deben surgir de la nada, estas deben complementar el entorno del negocio. (Pedros & Gutiérrez, 2012)

Análisis Político

La crisis política por la cual está atravesando Ecuador actualmente ocasiona incertidumbre a los empresarios y micro empresarios del país a causa de la falta de acciones por parte de los actores políticos los cuales no han logrado respaldarlos con medidas que sean de beneficios para el sector, incluso es al contrario ya que se tomaron medidas que lograron perjudicar aún más.

En el mes de abril se llevaron a cabo las elecciones por segunda vuelta a la presidencia, en la cual el candidato derechista Guillermo Lasso logró ganar las comisiones electorales, con la llegada de un nuevo gobierno se esperan medidas en las cuales se logre apoyar más al empresario y al micro emprendedor. En el transcurso de los meses se van observando las nuevas medidas que el gobierno actual irá tomando, por el momento se observa que el nuevo gobierno apoyará en gran medida al sector empresarial.

Durante el periodo del ex mandatario presidencial Eco. Rafael Correa Delgado, se desarrolló el Plan Nacional del Buen Vivir, el cual con el pasar de los años ha ido teniendo algunas actualizaciones. El vigente Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida que va desde el año 2017 hasta el año 2021 se impulsa la productividad y competitividad para el correcto desarrollo económico sustentable del país de manera solidaria y redistributiva, según el objetivo N° 5 del Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida.

Instituciones gubernamentales y no gubernamentales han brindado oportunidades para el desarrollo de la matriz productiva a los nuevos emprendimientos en el país, con créditos y programas como, el programa “Progresar” propuesto por la Corporación Financiera Nacional (CFN), en el cual brinda varias herramientas, el monto de financiamiento va desde \$50.000.00 hasta \$25 millones por sujeto de crédito, o hasta los \$50 millones por grupo económico a 15 años, beneficiando al empresario con una tasa preferencial desde el 6,9% hasta el 8%. (CFN, 2017)

El 18 de febrero de 2020 se aprobó la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación Social, tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor. El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público y privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía público o privado, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal. ("*Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*", 2020)

Análisis Económico

La situación económica de Ecuador se encuentra en un punto de endeudamiento y recesión económica por el uso inapropiado de los recursos que el anterior gobierno dejó al país, además sumando a esto la situación con la emergencia sanitaria por la cual atravesó el país y que de a poco va mejorando con las inoculaciones a los ciudadanos, la situación de la crisis sanitaria obligo al gobierno a tomar medidas extremas para frenar la propagación del virus confinando a la ciudadanía en sus casas para salvaguardar la salud de los habitantes. Con el nuevo gobierno se espera una mejora con el nuevo plan económico que se haya trabajado para garantizar el futuro y desarrollo correcto del país.

Un factor a considerar es la tasa de desempleo que tiene el país, según las últimas encuestas nacionales de empleo, desempleo y subempleo

(ENEMDU), el nivel de desempleo ha ascendido en gran medida por la situación global producto de la pandemia por la cual se está aún atravesando. La tasa de desempleo de marzo 2019 fue de 4.6%, la tasa de desempleo nacional según las estadísticas de diciembre de 2020 es de 5.0% lo cual quiere decir que hubo un incremento en la tasa de los desempleos. Para el área urbana, la tasa de desempleo fue de 6.1% mientras que para el área urbana fue de 2.6%. (*Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2021*)

El índice de Precios al Consumidor (IPC) elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el mes de junio del 2021, la inflación anual fue de -0.69%, mientras que la del año 2019 fue de 0.19%, llegando a ser la más baja de los últimos años. Se ve está disminución drástica de los porcentajes por las medidas que se tomaron por la situación que se vivió y se vive en menor medida en la actualidad. (*INEC, 2021*)

Análisis Social

El automóvil es uno de los inventos que más ha revolucionado la historia de la humanidad. El coche está considerado por muchos como un símbolo de libertad y también un sello de identidad de un país. Actualmente hay en circulación millones de autos que ayudan a recorrer largos trayectos en cuestión de horas cuando en la antigüedad tardaban días en realizarlo. (*El automóvil, motor de la sociedad actual, 2019*)

Uno de los ejemplos más notorios fue el paso de motor de gasolina o diésel al uso de motores híbridos o eléctricos. En la actualidad los coches eléctricos están a la orden del día, pero también se ha conseguido un logro que parecía imposible que es el uso de los autos inteligentes, y así mismo, estos vehículos están sirviendo para evitar cualquier tipo de riesgos que pueda sufrir el conductor y sus ocupantes en la carretera. (*El automóvil, motor de la sociedad actual, 2019*)

Con la mayor demanda del uso de vehículos en el día a día, como también el uso de vehículos de gamas más altas es necesario que todo dueño de un automóvil tenga la capacidad de poder reaccionar de manera correcta

ante situaciones que se dan en la carretera. Utilizando esta necesidad de enseñar de manera correcta ciertas actitudes que no se enseñan en las escuelas de conducción cotidianas para que toda persona que utilice un automóvil tenga la capacidad de hacerlo de manera correcta.

El deporte automovilístico es una alternativa muy positiva en actividades a poder realizar por parte de los jóvenes, los cuales siempre con el deseo de poder mejorar sus capacidades desde tempranas edades pueden elegir la práctica del deporte automovilístico y así mejorar sus habilidades cognitivas y habilidades que estén relacionadas, además se da una opción más en los deportes a poder practicar dentro del país.

Análisis Tecnológico

Los avances tecnológicos son parte de nuestro día cotidiano, cada día las tecnologías siguen creciendo e innovando de manera exponencial y es algo inevitable, esto ha causado cambios grandes en la vida de todos los seres humanos, y las mismas siendo aplicadas y utilizadas en la cotidianidad, como el trabajo, por ejemplo, optimizando y mejorando el tiempo y los recursos lo cual es lo más valioso para una empresa.

Según el estudio de IMS Mobile en Latinoamérica del año 2016, nueve de cada diez personas conectadas a internet en América Latina posee un Smartphone. Esto indica que el 66% de los usuarios de teléfonos inteligentes realizaron una compra desde sus dispositivos en los últimos seis meses. (IMS Mobile in LATAM study, 2016)

Como resultado de los avances tecnológicos que van sucediendo a lo largo de los años, en el ámbito del deporte motor no se queda tras, el "SimRacing" o carreras de simulación va ganando adeptos cada vez más. La idea es replicar las sensaciones de conducción dentro de un vehículo para lo que es necesario un hardware y un software adecuado. El género de los simuladores de conducción lleva mucho tiempo siendo utilizado tanto por pilotos como por equipos de competición para preparar sus carreras reales, siendo este entrenamiento previo en simulador casi obligatorio con el fin de

llegar al circuito de lo más preparado posible. (Web Oficial revista car España, 2021)

Como resultado de todo ello, el SimRacing se encuentra en un nicho único donde las habilidades entre lo real y lo virtual son mucho más transferibles en comparación a otro género dentro de los deportes electrónicos. (Web Oficial revista car España, 2021)

El Ecuador es un país que cada vez tiene más acceso a la tecnología. La penetración de Internet en la región tiene un promedio de 62% y Ecuador encabeza la lista con los datos del INEC con un 55.6%. (INEC, 2018)

Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos de la Industria

En relación con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme; los cuales son “Códigos que tiene como propósito ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se puedan utilizar para la reunión y difusión de datos estadísticos de acuerdo con esas actividades, que genere confianza en las autoridades locales, mercados nacionales e internacionales, facilitando el comercio mediante acuerdos de aceptación global” (*Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2017*)

La industria automotriz enfocada en el mercado de competencias o deportes motor ha logrado un incremento exponencial en los últimos años, la tenencia al crecimiento se debe a varios factores tanto internos como externos, como la influencia de pilotos nacionales los cuales incentivan a la participación del deporte, de igual manera pilotos nacionales que participan internacionalmente promueven al deporte, de la misma forma el gobierno al quitar ciertos impuestos en las entradas y salidas de divisas en el sector automotriz también incentiva a la compra de vehículos preparados para competencias o vehículos de marcas de lujo los cuales ya viene preparados para una conducción deportiva y en pistas.

En Ecuador, a pesar de la compleja situación económica que enfrentamos, el sector ha tenido un destacado desempeño y se ha

desarrollado a partir del 2017. Esta dinamización se debe a la derogación de algunas medidas económicas, lo que conllevó al ingreso de nuevas marcas. El Estado ecuatoriano tuvo un beneficio de \$1.541 millones en recaudaciones de tributos del sector automotriz. (*Revista EKOS*, 2019)

4.2. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

El ciclo de vida de un producto (CVP) retrata las diferentes etapas de la historia de las ventas de un producto. Cada etapa posee sus oportunidades y sus problemas respecto a las estrategias y a las utilidades. La ubicación en el ciclo de vida de un producto le permite a la empresa mejorar sus planes de comercialización. (*BARRIOS*, 2017)

La propuesta está orientada en la creación de una academia para pilotos de carreras profesional la cual este acreditada por la fedak y la fia en la ciudad de Guayaquil, ofrece al mercado un servicio de enseñanza para la conducción profesional en circuitos, se encuentra en etapa de introducción debido a que en el momento se están realizando análisis de mercado, financiero y desarrollo de estrategia para su posterior comercialización.

Gráfico 3 Ciclo de vida del producto



Fuente: The Power MBA

4.3. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

Poder de Negociación de los Proveedores

El poder de negociación de los proveedores es MEDIA, debido a que en la industria de enseñanza automotriz existe una cantidad media de proveedores, lo cual ellos pueden hacer difícil al momento de la negociación porque saben que no hay muchos en el mercado, se puede obtener en el mercado internacional alguna materia prima importante pero no es el punto, ya que se pagaría mucho más por temas de impuestos.

Poder de Negociación de los clientes

El poder de negociación de los clientes se califica como MEDIA, a razón que el servicio no cuenta con variedad de competidores nacionales, sin embargo, existe demanda por parte de los consumidores, con poder adquisitivo medio alto, al pertenecer a este grupo el cliente está mucho mejor informado sobre características del servicio, esta razón los vuelve más exigentes a la hora de elegir el servicio.

Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre competidores se califica como BAJA, ya que la mayoría de la oferta de servicios académicos sobre aprendizaje de conducción profesional en circuitos vienen de academias internacionales las cuales son muy costosas. Existen competidores dentro del país, pero con una proyección diferente tal como es el Karting o escuelas de conducción normales, las cuales no actúan como competidores directos ni indirectos.

Amenaza de productos sustitutos

Se califica como MEDIA debido a que el cliente está muy bien informado y puede optar como la adquisición de un simulador en su hogar con el cual puede también tener ciertas referencias sobre las competiciones. Se podría mencionar que las escuelas de conducción que existen a nivel nacional podría actuar como un servicio sustituto, pero existe una diferencia grande entre lo que es la conducción en vías públicas a conducción en circuitos a altas velocidades.

Amenaza de la entrada de nuevos competidores

Se considera BAJA debido a que se debe cumplir con normas y certificaciones emitidas por entidades gubernamentales, así mismo, el costo de inversión es alto por la adquisición de materia prima para la correcta ejecución de la enseñanza y los equipos tecnológicos a implementar tiene un costo de inversión alto. Las barreras de entradas son bajas para ser una industria que comúnmente se puede conocer como nueva, pero de un gran potencial de crecimiento de mercado.

Conclusiones:

Gráfico 4 Conclusiones Cinco Fuerzas Competitivas de Porter



Elaborado por: El Autor

Con respecto al análisis desarrollado, la industria se considera medianamente atractiva con una puntuación de 2.4/5, al ser una industria que abarca el sector automotriz y tiene mayor peso dentro del producto interno bruto del país, es atractiva. Ingresar a esta industria en particular existen barreras para el desarrollo de la misma por motivos gubernamentales que se espera que con el nuevo gobierno no existan más esos problemas. Ecuador

al ser un país con ciudadanos los cuales están interesados en deportes de motor lo hace atractivo para el cliente ya que es algo innovador y nuevo.

4.4. Análisis de la Oferta

4.4.1. Tipo de Competencia

Existen dos tipos de competencia que se detallaran a continuación:

Competidor Directo

Se consideran competidores directos a los servicios similares en el mercado los cuales impartan clases para el aprendizaje profesional de carreras en pistas y equipos destinados al aprendizaje del mismo, tales como EKA Ecuador Karting Academy y Escuela Ecuatoriana de Automovilismo.

Competencia Indirecta

Los competidores indirectos son las empresas con servicios en el mercado que enseñen la práctica de conducción para el día a día, para la circulación en vía pública, como lo es ANETA y todas las escuelas de conducción para las vías públicas.

4.4.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Mercado Potencial

Hombres, mujeres, jóvenes, interesados en aprender más sobre la conducción deportiva, profesional en circuitos o pistas, de un estrato social A, B y C+.

Mercado Real

Se considera dentro de mercado real a todo hombre, mujer o joven que tenga gustos sobre los automóviles y sobre el deporte motor, el cual desea aprender más sobre una conducción deportiva y centrada al profesionalismo a futuro, en la ciudad de Guayaquil, de nivel socioeconómico, alto, medio-alto y medio.

4.4.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Producto

Tabla 3 Características de competidores

Empresa	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Producto	Línea de Precio
EKA Academy	Alto	4 años	Quito	Conducción Karting	\$700 aprox
Escuela Ecuatoriana Automovilismo	Alto	3 años	Quito	Conducción Karting	\$700 aprox
ANETA	Alto	71 años	A nivel nacional	Conducción para el día a día	\$180 aprox

Elaborado por: El Autor

Fuente: El autor

4.4.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y estrategia de la Empresa

Estrategia de diferenciación, es la que usa el competidor directo EKA Ecuador Karting Academy, una empresa con algunos años en el país con la iniciativa de formar jóvenes pilotos de karting en el país, promoviendo la cultura de los automóviles y el desarrollo necesario de cada joven piloto para su futuro.

Por otro lado, Ecuadorian Racing Academy S.A tiene como estrategia diferenciadora, el uso de la tecnología de simuladores de alta calidad con los cuales se pueda simular de manera exacto los ambientes adversos que se originan dentro de pista, los simuladores serán conformador por el bucketseat donde estará sentado estudiante, donde también se contará con un volante, caja de cambios y pedales de alta gama para la correcta práctica. Se

implementará el uso de gafas de realidad virtual para una mejor inmersión. A futuro se plantea el diseño de un espacio al aire libre con autos de competición, o utilizar el circuito de Yahuarcocha con los respectivos permisos.

4.5. Análisis de la Demanda

4.5.1. Segmentación de Mercado

El segmento de mercado serán hombres, mujeres y jóvenes que tengan una gran afinidad por los deportes de motor, los cuales busquen aprender más sobre la conducción en pistas o circuitos de carreras con la mayor seguridad. A continuación, se presentarán diferentes criterios para la segmentación de la propuesta.

4.5.2. Criterio de Segmentación

Tabla 4 Criterio de Segmentación

Criterios	Variables
Demográficos	Hombres, mujeres y jóvenes de la población económicamente activa.
Geográficos	Hombres mujeres y jóvenes de la población económicamente activa de Guayaquil.
Socioeconómicos	Estrato económico A, B y C+
Psico-gráficos	Hombres, mujeres y jóvenes interesadas en el deporte motor que buscan aprender sobre la conducción profesional en pistas o circuitos

Elaborado por: El Autor

Fuente: El autor

4.5.3. Selección de Segmentos

La propuesta está dirigida a los habitantes de la ciudad de Guayaquil sin discriminación de sexo, de la población económicamente activa, de los estratos socioeconómicos A, B y C+ y que estén interesados en aprender sobre la conducción profesional para circuitos o pistas de carreras.

4.5.4. Perfiles de Segmento

Los perfiles de segmento para la propuesta están compuestos por las siguientes características:

- Hombres y mujeres de 16 años en adelante que estén interesados en los deportes de motor.
- Personas dispuestas y con capacidad de adquirir el servicio de aprendizaje de conducción profesional.
- Habitantes de la ciudad de Guayaquil y sus alrededores donde se localicen los estratos socioeconómicos alto, medio alto y medio, el cual les permita solventar el precio del servicio.
- Personas interesadas en fomentar y mejorar sus capacidades de conducción.
- Personas con hobby sobre automovilismo, o videojuegos de automóviles.

4.6. Matriz – FODA

Gráfico 5 Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
		<ul style="list-style-type: none"> • Único servicio en el mercado con tecnología de simulación profesional. • Sistema de enseñanza innovador.
OPORTUNIDADES	F-O	D-O
<ul style="list-style-type: none"> • Tendencia en el consumo de servicios automóbiles. • Incremento de productos y servicios nacionales • Apoyo a nuevos emprendimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte campaña publicitaria. • Ofrecer al consumidor y cliente un servicio de calidad y de primera. • Involucrar al cliente con el servicio a través de una campaña de información acerca del producto, de esta manera presentar las características del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de marketing para dar a conocer el producto. • Ofrecer alianzas estratégicas con empresas o emprendimientos que tengan que ver sobre el deporte motor.
AMENAZAS	F-A	D-A
<ul style="list-style-type: none"> • Decrecimiento de la economía del país. • Cambio en las regulaciones o normativas aplicables al sector automotriz o de la enseñanza. • Competidores nuevos en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar alianzas estratégicas. • Realizar estrategias de diferenciación, lo cual permitirá obtener más clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Idear estrategias de mercado para obtener mayor fidelización del cliente. • Estar informado constantemente acerca de las normativas para el sector automotriz y de enseñanza en el país.

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

4.7. Investigación de Mercado

4.7.1. Método

La investigación de la propuesta presentada, es tipo exploratoria y se utilizaron las técnicas detalladas a continuación:

Cualitativa. – Obtención de información detallada sobre procesos operativos mediante entrevistas a expertos.

Cuantitativa. – Encuestas con cuestionarios estructurados, lo cual ayudará a recoger datos del segmento de mercado para la correcta elaboración de estrategias de mercadeo de la empresa.

4.7.2. Diseño de la Investigación

4.7.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)

Objetivo General

Establecer el nivel de aceptación para la creación de una academia para pilotos de carreras profesional que cumpla con las normativas impuestas por la fedak y fia en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Determinar cuál es el comportamiento y preferencias de compra de los clientes potenciales.
- Conocer las características esenciales que los clientes buscan al momento de adquirir este tipo de servicios.
- Conocer cuál es el nivel de importancia o preferencia que los posibles clientes le darán al servicio, conociendo que existen otro tipo de simuladores para el hogar.
- Identificar posibles características del servicio como: calidad de clases teóricas o prácticas, accesibilidad y precio.
- Estimar la demanda potencial del servicio en estudio.

4.7.2.2. Tamaño de la Muestra

La propuesta está delimitada en la ciudad de Guayaquil, la muestra se determinará mediante el cálculo de la población según la segmentación realizada.

Tabla 5 Segmentación de la muestra

Población de Guayaquil	2019	2,698.077
PEA	66.80%	1,802,315
Estratificación socioeconómica A,B, C+	36%	648,834
Población de la Investigación	TOTAL: 648,834	

Elaborado por: El Autor

Fuente: (INEC, 2019)

Para el cálculo de la muestra se utilizará un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%

$$n = \frac{Z^2 Npq}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n: Tamaño de la muestra

N: Población Total

Z: Nivel de Confianza (1.95%)

p: Probabilidad de ocurrencia

q: Probabilidad de no ocurrencia

e: Margen de error

$$n = \frac{(1,95)^2 (648.834)(50)(50)}{(5)^2 * (648.834 - 1) + (1,95)^2 * (50) * (50)}$$

$$n = 380$$

4.7.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

4.7.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Etc.)

Se realizará una entrevista a un piloto de carreras o piloto SimRacing mediante la cual se recogerá información sobre las personas adecuadas para consumir el servicio.

Entrevista #1

Nombre del Entrevistado:

Ocupación: Piloto

Preguntas:

- ¿Cuál sería un diseño o estructuración correcto de un proceso de enseñanza para ser piloto de carreras para circuitos o pistas?
- ¿Qué equipos, instalaciones y artefactos necesarios se necesitan para cumplir con la normativa y brindar un servicio de calidad?
- ¿Qué reglamentación será clave a seguir para un buen funcionamiento de la academia?
- ¿Cree usted considerable que el uso de simuladores de gran calidad será fructífero para un buen aprendizaje por parte de los alumnos?
- ¿Alguna experiencia necesaria al momento de impartir las clases teóricas o practicas?

4.7.2.3.2. Concluyente (Encuesta)

Encuestas realizadas a los posibles compradores del servicio, en el cual se llevarán a cabo preguntas que respondan a los intereses que tiene el consumidor, dentro del estudio se realizaron 380 encuestas, las cuales

constan de 10 preguntas en total, las cuales generaron información específica del cliente y posible consumidor. Modelo de encuesta en el Anexo #1

4.7.2.4. Análisis de Datos

Análisis de Datos cualitativos

Entrevista #1

Nombre del Entrevistado: Isaías Vera

Ocupación: Piloto Simracing

Preguntas:

¿Cuál sería un diseño o estructuración correcto de un proceso de enseñanza para ser piloto de carreras para circuitos o pistas?

La mejor manera de poder hacer un plan operativo de funcionamiento de una academia es utilizando clases tanto teóricas como prácticas, como hoy en día la tecnología ha avanzado de manera drástica se pueden utilizar simuladores profesionales.

¿Qué equipos, instalaciones y artefactos necesarios se necesitan para cumplir con la normativa y brindar un servicio de calidad?

Si en un principio no se posee una pista física y autos de carreras profesionales preparados para pista por el costo que implica tener todos estos insumos, se puede utilizar equipos de simuladores los cuales tienen mucha tecnología y simulan de manera real las condiciones de pista, sensaciones del auto y demás características.

¿Qué reglamentación será clave a seguir para un buen funcionamiento de la academia?

Lo mejor es poder estar al día y al tanto con las noticias que la Federación Internacional de Automovilismo vaya realizando, además del departamento o institución que regule la actividad automotriz competitiva en el Ecuador.

¿Cree usted considerable que el uso de simuladores de gran calidad será fructífero para un buen aprendizaje por parte de los alumnos?

Si, en gran medida, sabiendo utilizar de manera correcta los simuladores, con las configuraciones adecuadas y equipos necesarios para su buen funcionamiento es una excelente adquisición para poder impartir clases.

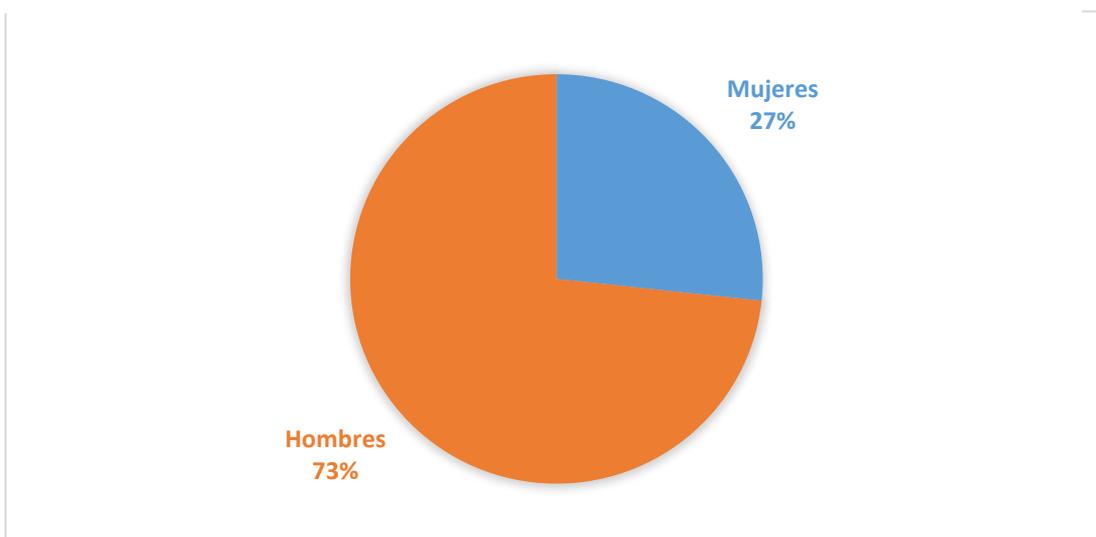
¿Alguna experiencia necesaria al momento de impartir las clases teóricas o practicas?

Estar siempre claro con los objetivos planteados, siempre estar al día, y siempre poner en práctica lo aprendiendo.

Análisis de datos Cuantitativos

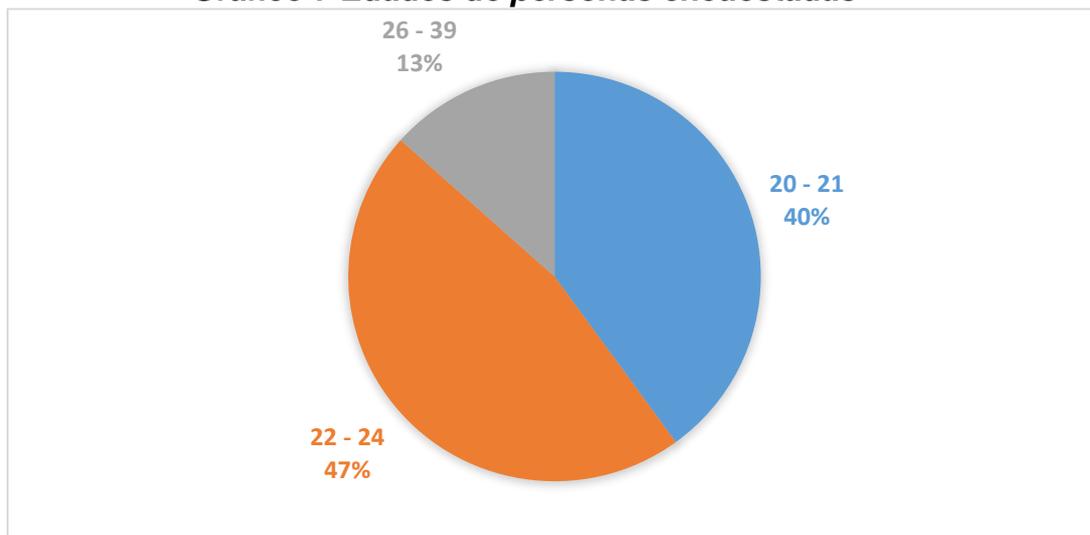
A continuación, se detallan de manera gráfica los resultados obtenidos de las preguntas realizadas. Las encuestas fueron realizadas para determinar la aceptación de mercado, el perfil de consumidor se determinó utilizando varias preguntas filtro, en las cuales se detalla el sexo de los encuestados, el 73% fueron hombres y el 27% mujeres.

Gráfico 6 Género de personas encuestadas



Fuente: Investigación de Mercado

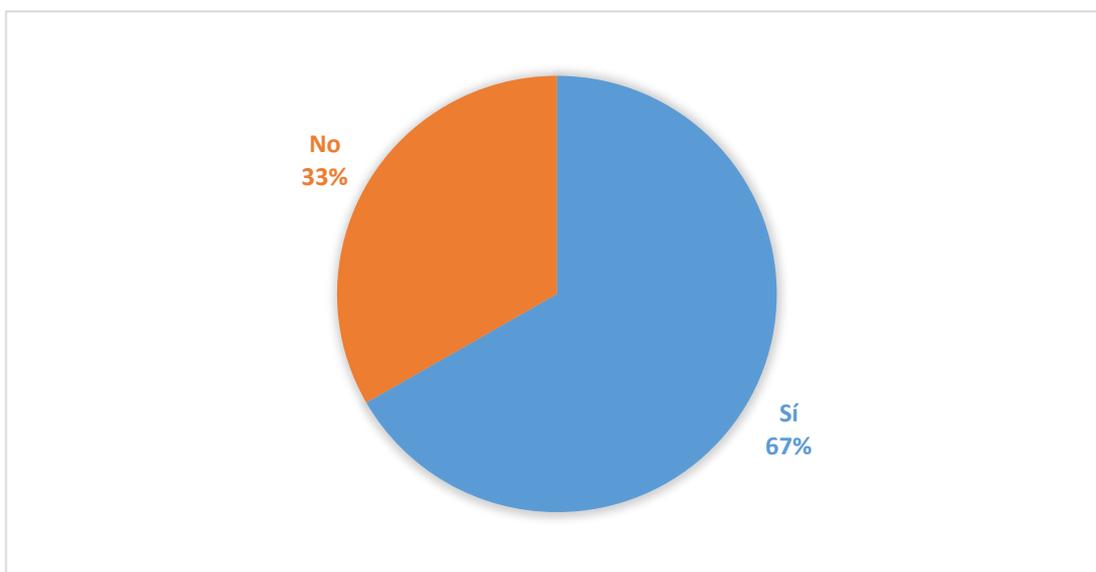
Gráfico 7 Edades de personas encuestadas



Fuente: Investigación de Mercado

Según el gráfico anterior el 47% de los encuestados se encuentran en el rango de 22 y 24 años de edad, el 40% entre los 20 y 21 años de edad y por último el 13% de los encuestados se encuentran en el rango de 26 y 39 años de edad respectivamente.

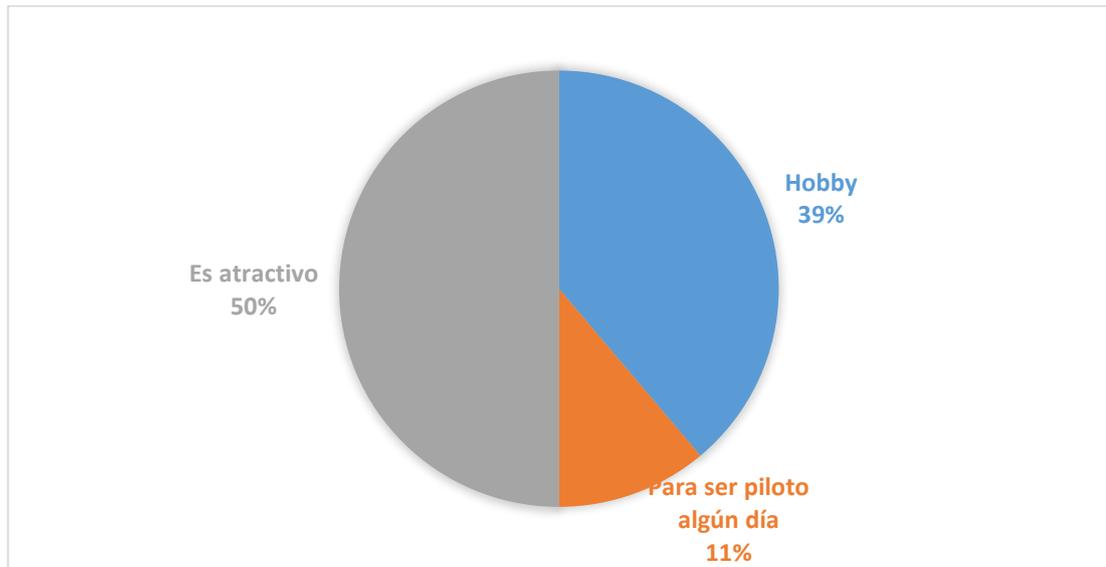
Gráfico 8 ¿Usted es aficionado a los deportes de motor?



Fuente: Investigación de Mercado

El 67% de los encuestados respondieron que, si son aficionados a los deportes de motor, mientras que el 33% respondió que no son aficionados al deporte motor.

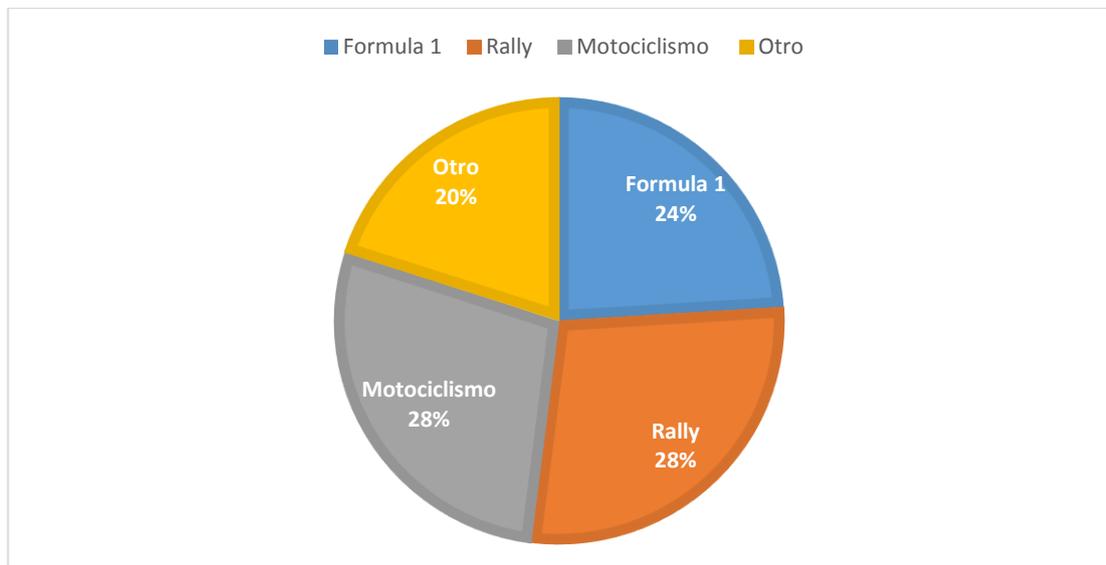
Gráfico 9 ¿Cuáles son las razones por las cuales es aficionado?



Fuente: Investigación de Mercado

El 50% de los encuestados respondieron que consumen los deportes de motor porque es atractivo, el 39% por hobby y por último el 11% de los encuestados respondieron para ser pilotos algún día.

Gráfico 10 ¿Qué tipo de deporte de motor ve o consume?

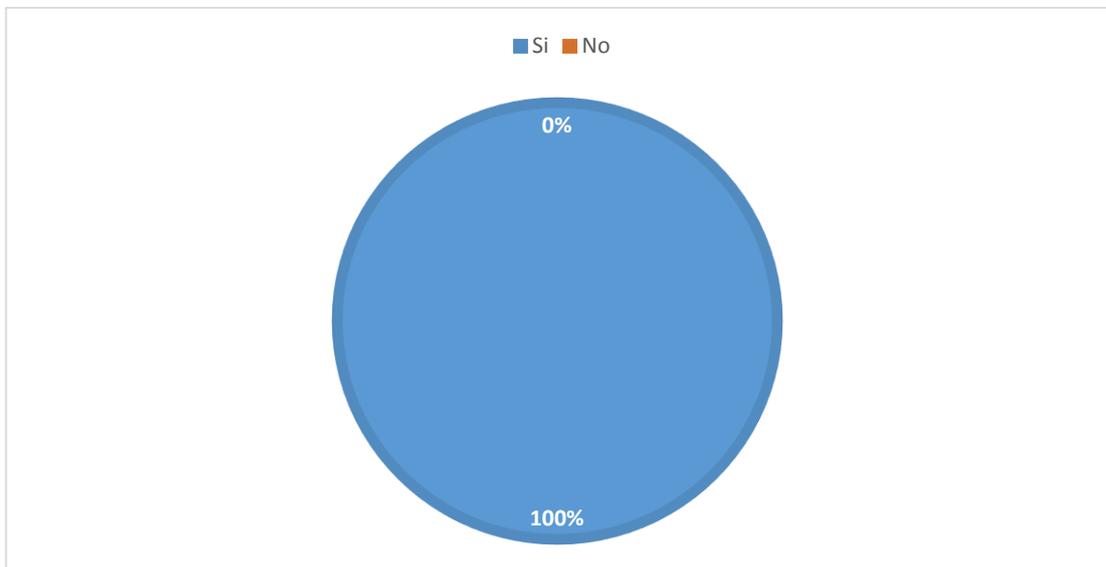


Fuente: Investigación de Mercado

Como se puede apreciar en el gráfico, el 28% de los encuestados que ven deportes de motor visualizan rally, así mismo motociclismo, el 24% de los

encuestados visualizan formula 1 y por último el 20% restante de los encuestados mencionaron que visualizan otro tipo de deporte motor.

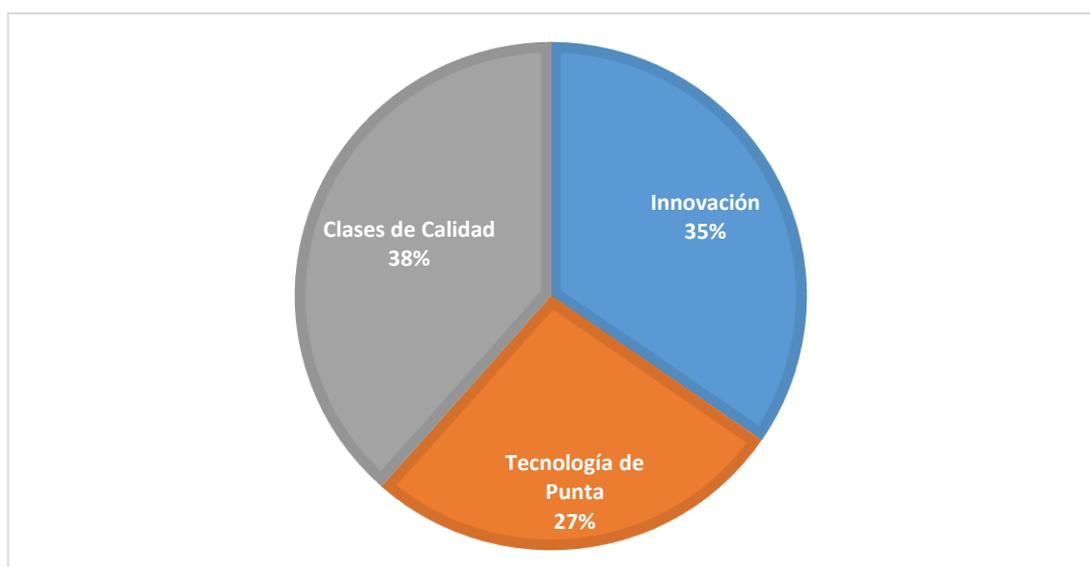
Gráfico 11 *¿Considera importante la existencia de una academia para pilotos de carreras profesional?*



Fuente: Investigación de Mercado

Según los datos del gráfico anterior el 100% de los encuestados consideran importante la existencia de una academia para pilotos de carreras profesional en la ciudad.

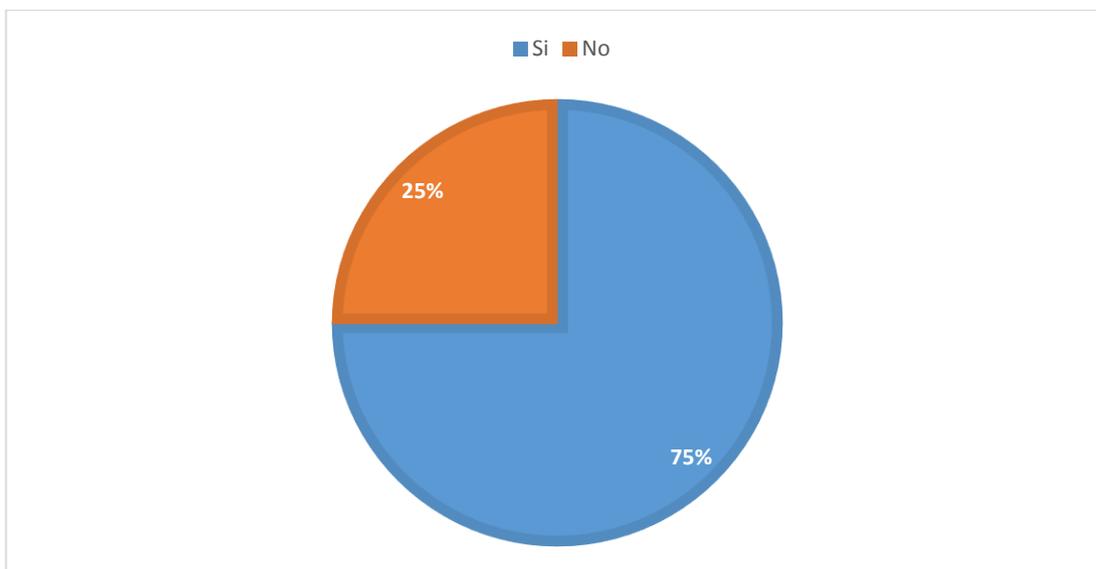
Gráfico 12 *¿Qué características considera más gratificantes al momento de adquirir el servicio?*



Fuente: Investigación de Mercado

Según los datos del gráfico anterior muestran que el 38% de los encuestados consideran más gratificantes al momento de recibir las clases que las mismas sean de calidad, el 35% que exista innovación y el 27% de los encuestados que se utilicen tecnologías de punta.

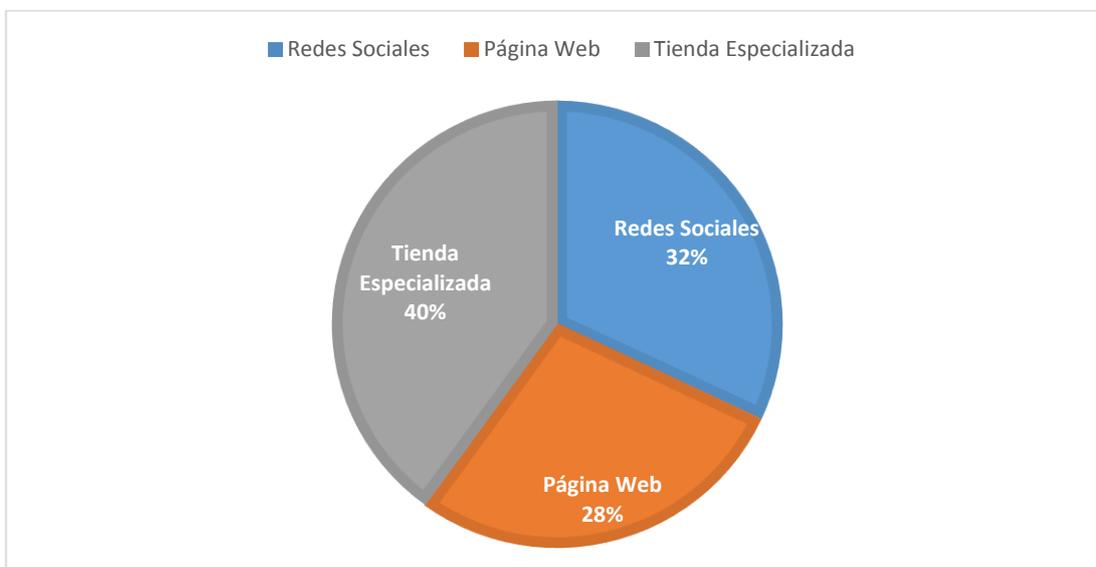
Gráfico 13 *¿Usted está dispuesto a ser partícipe de una academia para pilotos de carreras?*



Fuente: Investigación de Mercado

Las encuestas arrojaron que el 75% de los encuestados totales estarían dispuestos a ser partícipes de una academia para pilotos de carreras, mientras que el 25% mencionó que no.

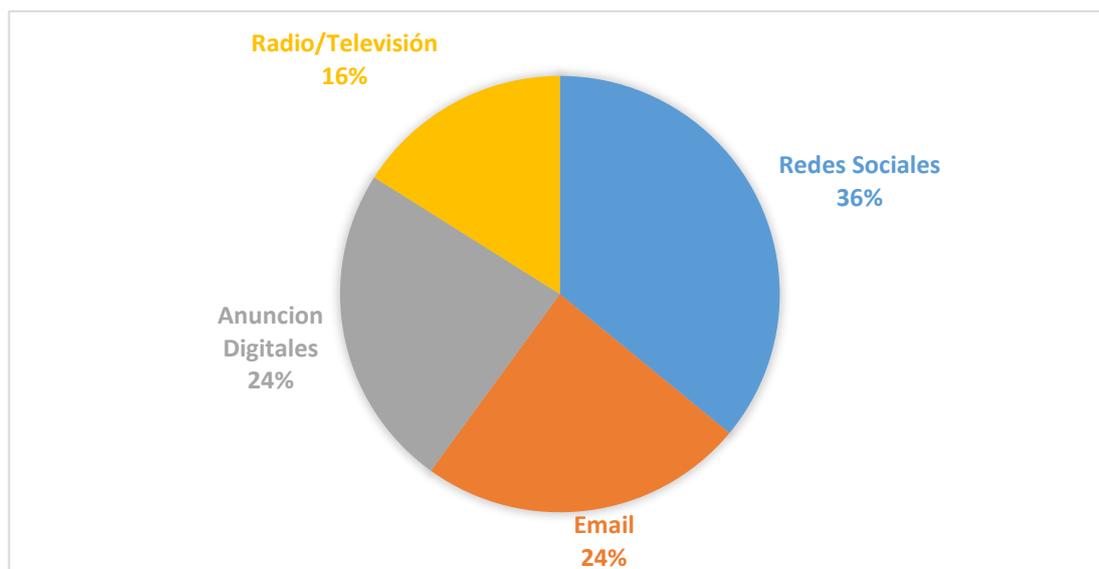
Gráfico 14 *¿En qué medio le gustaría poder adquirir el servicio mencionado en la pregunta anterior?*



Fuente: Investigación de Mercado

Según los datos del gráfico anterior demuestran que el 40% de los encuestados les gustaría poder adquirir el servicio desde una tienda especializada, el 32% de los encuestados desde las redes sociales y el 28% desde la página web.

Gráfico 15 ¿A través de que medio le gustaría poder recibir información sobre el servicio?



Fuente: Investigación de Mercado

Según los datos arrojados de las encuestas, en el gráfico se puede observar que el 36% de los encuestados prefieren que la información sobre el servicio les llegue vía redes sociales, el 24% por medio de e-mail y anuncios digitales y por último el 16% indico que por medio de radio/televisión.

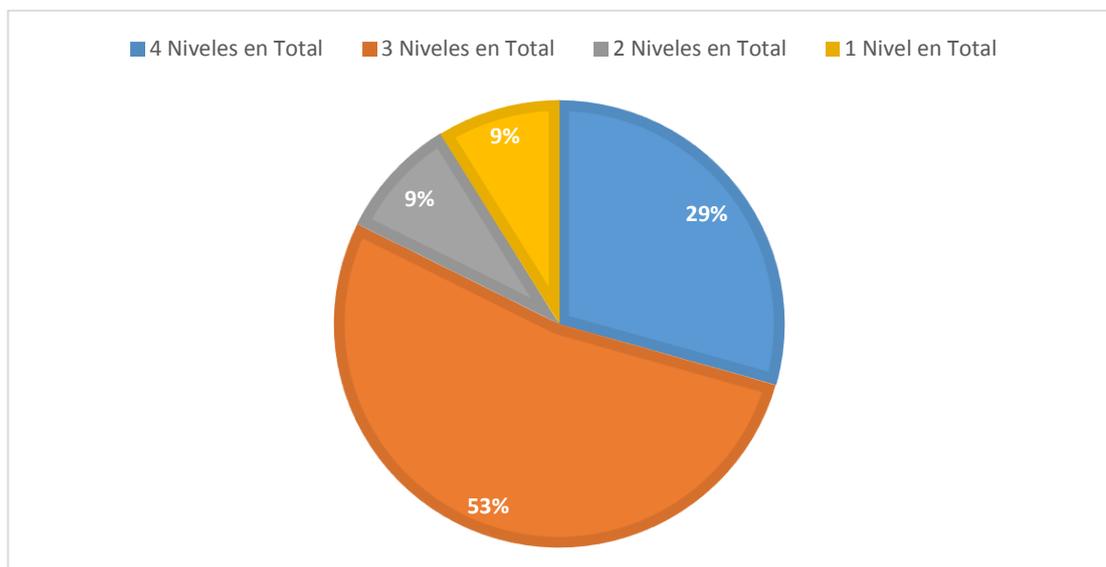
Gráfico 16 ¿Estaría dispuesto a realizar un curso por completo o separado por niveles?



Fuente: Investigación de Mercado

Se puede observar en el gráfico anterior que el 86% de los encuestados prefieren realizar la parte académica dividida por niveles, mientras que el 14% de los encuestados un solo curso completo.

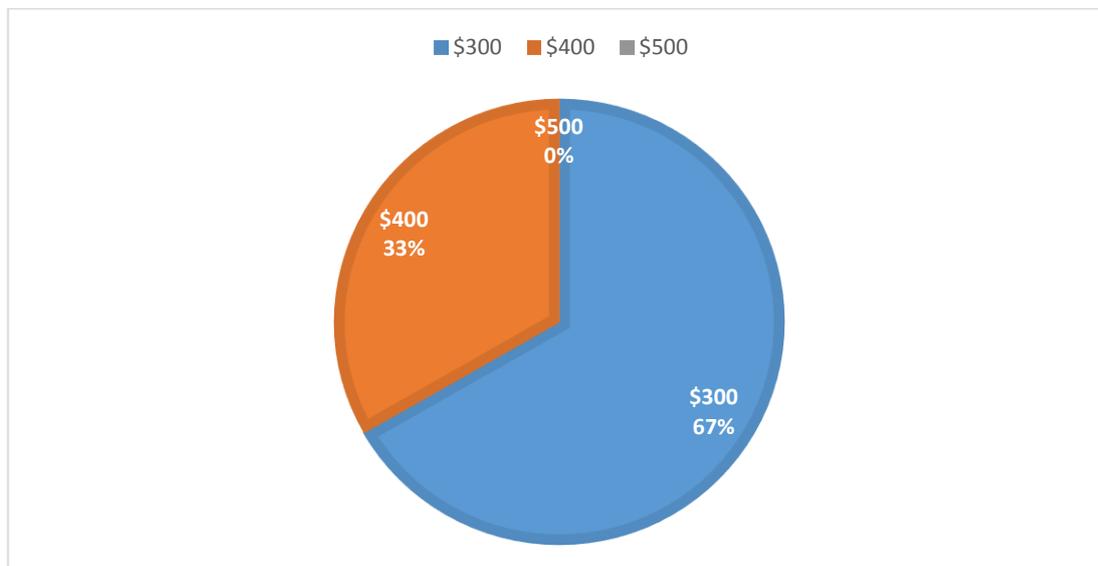
Gráfico 17 ¿Cuántos posibles niveles prefiere al momento de adquirir el servicio?



Fuente: Investigación de Mercado

Según los datos recolectados de las encuestas realizadas, el 53% de los encuestados mencionó que prefieren 3 niveles totales en la academia, el 29% 4 niveles y por último 9% 2 niveles y 1 nivel en total.

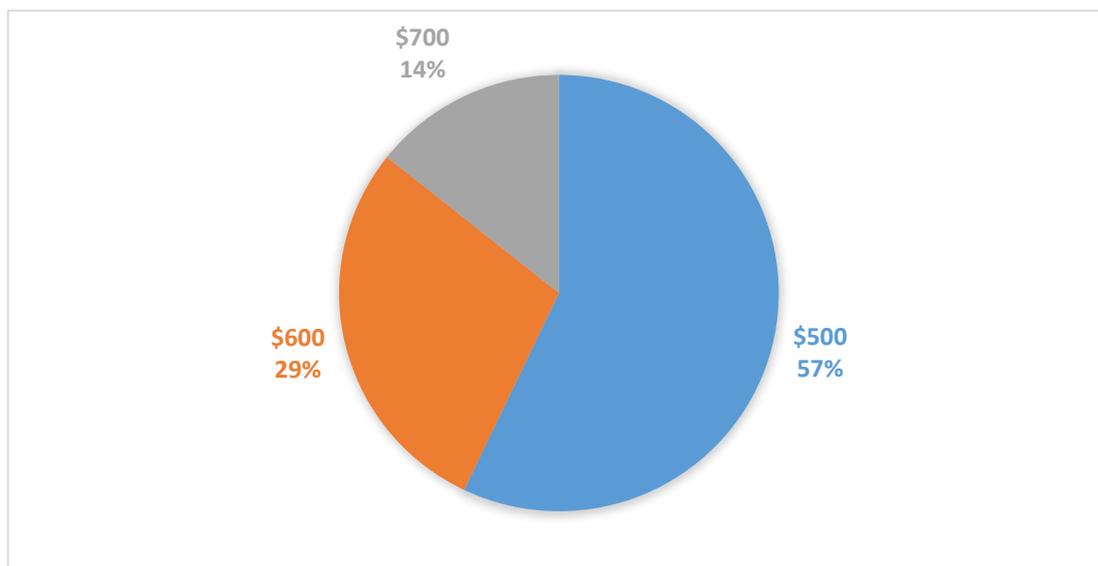
Gráfico 18 *¿Si la academia estuviese compuesta de tres niveles cuánto estaría dispuesto a pagar por el nivel 1 de aprendizaje?*



Fuente: Investigación de Mercado

Los datos del gráfico indicaron que el 67% de los encuestados están dispuestos a pagar \$300 por el nivel 1 de aprendizaje, el 33% \$400 y nadie está dispuesto a pagar \$500 por el nivel 1.

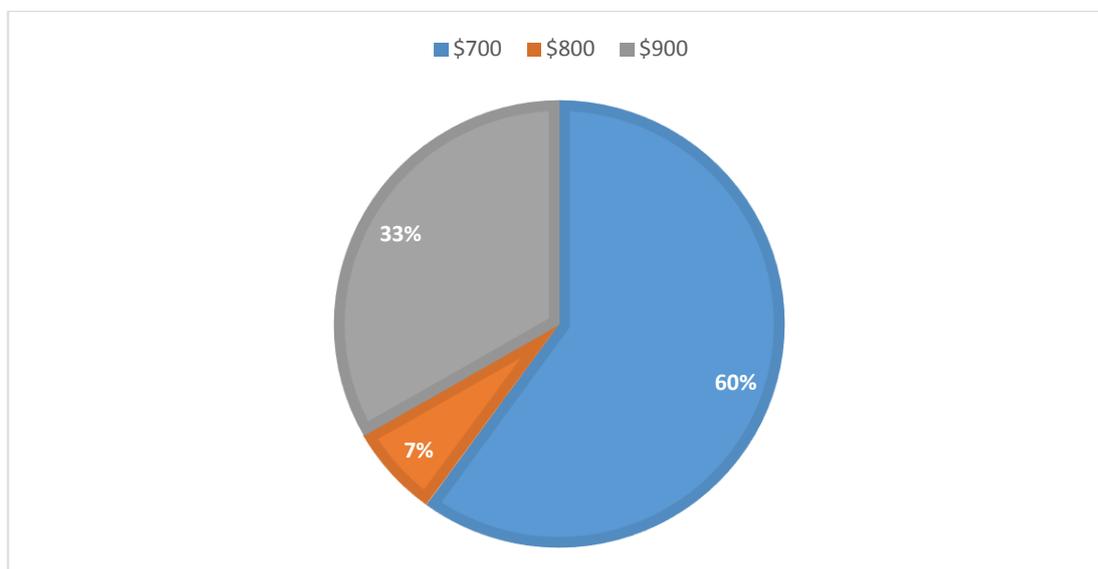
Gráfico 19 *¿Si la academia estuviese compuesta de tres niveles cuánto estaría dispuesto a pagar por el nivel 2 de aprendizaje?*



Fuente: Investigación de Mercado

Los datos arrojaron que el 57% de los encuestados están dispuestos a pagar \$500 por el nivel 2 de aprendizaje, el 29% \$600, y por último el 14% está dispuesto a pagar \$700.

Gráfico 20 *¿Si la academia estuviese compuesta de tres niveles cuánto estaría dispuesto a pagar por el nivel 3 de aprendizaje?*



Fuente: Investigación de Mercado

Según los datos de las encuestas, indicaron que el 60% de los encuestados están dispuestos a pagar por el nivel 3 de aprendizaje \$700, el 33% de los encuestados \$900, por último, el 7% \$800.

4.7.2.5. Resumen e Interpretación de resultados

- El 73% de los encuestados totales fueron hombres, mientras que el 27% de los encuestados fueron mujeres, de la población económicamente activa el rango de edades de los clientes potenciales que respondieron en su mayoría a la encuesta se encuentran entre el rango de edades de 20 y 39 años de edad.
- El 67% de los clientes potenciales mencionaron que son aficionados de los deportes de motor.
- Los encuestados mencionaron que las razones por las cuales son aficionados al deporte motor son por hobby (39%), es atractivo (50%) y por último porque algún día desean ser pilotos. (11%)

- Los principales tipos de deporte motor que ven los encuestados son rally (28%), motociclismo (28%), formula 1 (24%) y por último otro tipo. (20%)
- Para el 100% de los clientes potenciales es importante la existencia de una academia para pilotos de carreras profesionales.
- Las características que valoraron más gratificantes los clientes potenciales al momento de adquirir el servicio son clases de calidad (38%), innovación (35%) y por último tecnología de punta. (27%)
- El 75% de los clientes potenciales mencionó estar dispuesto a ser partícipe de la academia, mientras que el 25% de los encuestados mencionaron lo contrario.
- Del total de los encuestados el 40% mencionó que una tienda especializada sería el medio por el cual le gustaría poder adquirir el servicio, mientras que el 32% mencionó que por redes sociales y el 28% mencionó una página web.
- A los encuestados se les preguntó a través de que medio le gustaría el poder recibir información sobre el servicio, el 36% mencionó redes sociales, 24% mencionó por anuncios digitales e email, y 16% indicó que por medio de radio/televisión.
- Los clientes potenciales indicaron que estarían dispuestos a realizar la academia separada por diferentes niveles de aprendizaje (86%) mientras que el (14%) mencionó que sería mejor un solo curso completo.
- Del total de los encuestados el 53% indicó que prefiere tres niveles en total de cursos o niveles de aprendizaje en la academia, el 29% mencionó cuatro niveles en total, y por último 9% de los encuestados mencionaron que dos niveles en total y un solo nivel.
- Los encuestados fueron consultados sobre el precio que estarían dispuestos a pagar por el nivel 1 dentro de la academia, el 67% mencionó que estarían dispuestos a pagar \$300, el 33% de los encuestados mencionó \$400 y \$500 ningún encuestado.
- Al igual que la interpretación anterior, se les preguntó a los encuestados cuanto estarían dispuestos a pagar por el nivel 2 de

aprendizaje, el 57% mencionó \$500, el 29% indicó \$600 y por último el 14% mencionó \$700.

- Por último, se les preguntó a los encuestados cuanto estarían dispuestos a pagar por el nivel 3 de aprendizaje, el 60% mencionó \$700, el 33% mencionó \$900 y por último el 7% indicó que estarían dispuestos a pagar \$800.

4.7.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

- Según las razones de compra que se determinaron en la investigación las estrategias de promoción deben de ser dirigidas a resaltar los beneficios en el aprendizaje de una mejor conducción, no solo para circuitos, también para la circulación cotidiana.
- La intención de adquisición del servicio de aprendizaje para pilotos de carreras profesional de los posibles consumidores es de 75%.
- Las clases de calidad fueron uno de los puntos sugeridos más importantes que mencionaron los encuestados.
- Los canales de información sugeridos para la promoción de la propuesta son redes sociales y anuncios digitales.
- Se determinó que los clientes potenciales preferían recibir las clases por medio de 3 niveles de cursos individuales, en vez de recibir un solo curso.
- Los resultados de la investigación dieron como precio sugerido de \$300 el nivel 1 de aprendizaje, \$500 el nivel 2 de aprendizaje y \$700 el nivel 3 de aprendizaje para la academia.

4.7.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

- Se aconseja realizar un estudio de mercado a futuro para el crecimiento y ampliación de la marca.
- Tomar en cuenta el desarrollo de estrategias de mercadeo dentro del plan de marketing, y así aumentar el nivel de ventas y de posicionamiento.

- Se aconseja crear campañas informativas sobre los beneficios y el buen manejo que se pueden lograr con el conocimiento adquirido dentro de la academia.
- Dentro de la estrategia de precios se deberá de ajustar los resultados obtenidos por la investigación a los precios de la competencia.
- Crear alianzas estratégicas con grupos indicados dentro del sector automotriz y deportes de motor, para su expansión de marca.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

Originar estrategias de mercadeo las cuales permitan la introducción y posicionamiento del servicio como una forma de aprendizaje profesional, la cual, les permita desarrollar sus habilidades de conducción.

Objetivos Específicos

- Crear una imagen de marca innovadora para que sea reconocida dentro del mercado del aprendizaje de conducción profesional.
- Impulsar y aumentar las ventas en la etapa de lanzamiento, mediante promociones para la etapa mencionada.
- Conseguir un incremento en ventas del 2% anual mediante la creación de estrategias de ventas.
- Maximizar el atributo diferenciador: clases impartidas utilizando tecnología de vanguardia.
- Establecer alianzas estratégicas con clubs de autos privados, concesionarias específicas y pilotos ecuatorianos profesionales que estén dentro y fuera del país.
- Plantear una estrategia de producto que permita captar un 5% de participación del mercado potencial de la propuesta.

5.1.1. Mercado Meta

De acuerdo con la investigación de mercado que se realizó se determinó que el mercado meta para la propuesta son los habitantes de la ciudad de Guayaquil, sin distinción de sexo, las cuales van conformes desde la edad de 20 a 39 años pertenecientes a la población económica activa, y de los estratos socioeconómicos A, B y C+.

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

Debido a que es un servicio nuevo en el mercado es necesario utilizar una estrategia viable y eficaz, por tal motivo se utilizará la estrategia de agitación o espumación rápida, consiste en el lanzamiento de un nuevo producto a un precio elevado con una alta inversión en promoción. De esta forma, la empresa convencerá al mercado de las propiedades del producto a pesar de su elevado precio con el objetivo de acelerar el índice de penetración de mercado. (*Thepower MBA*, 2019)

Se utilizará esta estrategia ya que el servicio se encuentra en una etapa de introducción, el mercado potencial al que va dirigido no tiene conocimiento sobre el servicio del mismo, por tal motiva tocará invertir en la promoción para poder entrar en la mente de los posibles consumidores y así convencerlos de los múltiples beneficios y características que brinda el servicio.

Se utilizarán estrategias de engagement, ya que es necesario que la empresa pueda crear fidelidad con clientes potenciales, aplicando acciones en los que se pueda fortalecer la relación entre la empresa y el cliente. La realización de concursos por medio de las redes sociales, o dinámicas en los que el cliente potencial pueda sentirse atraído, por último, con la creación de videos interactivos o imágenes.

5.1.1.2. Cobertura

Mediante la investigación de mercado se determinó que la cobertura de la propuesta será en la ciudad de Guayaquil, a un segmento socioeconómico A, B y C+.

5.2. Posicionamiento

Posición

El servicio se deberá posicionar con una estrategia diferenciadora la cual está basada con los atributos que ofrece el servicio, ya que el consumidor percibirá de mejor manera lo que el servicio ofrece.

Objetivo

Ser la opción número uno en las decisiones del consumidor al momento de adquirir servicios de aprendizaje sobre pilotaje de carreras.

Segmento

Habitantes de la ciudad de Guayaquil, de estrato socioeconómico A, B y C+, que deseen obtener mayor conocimiento sobre pilotaje profesional de carreras.

Atributos

Impartición de clases de calidad, con sistemas innovadores y uso de tecnología de punta para simuladores.

Calidad percibida

El servicio contará con las certificaciones pertinentes para su respectivo funcionamiento, por parte de la Federación Ecuatoriana de Automovilismo y Kartismo.

Ventaja competitiva

- Ventaja de diferenciación frente a competidores directos e indirectos, con el uso de tecnologías de punta.
- Calidad de impartición de clases, con usos de modelos modernos e internacionales.

Símbolo identitarios

La empresa contará con un logotipo para la respectiva identificación de la misma, bajo el nombre de ERA Racing, que será acompañado con el vector de símbolos del automovilismo.

Gráfico 21 Logo de la empresa



Elaborado por: El Autor

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicio

Gráfico 22 Niveles de producto



Fuente: Kotler & Armstrong, 2012

El servicio adquirido son clases teóricas y prácticas con simuladores. Cada clase tiene el objetivo del aprendizaje y conocimiento acerca de la conducción profesional en pistas o circuitos de carreras, fomentado por la teórica básica y específica acerca de los distintos elementos que embarca, así mismo, práctica.

5.3.1.1. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo (Kotler, 2004). La propuesta integra la oferta de:

Curso Introducción. También llamado “Nivel Introducción, nivel 1 de ERA Racing S.A.”, es un servicio académico que está diseñado para dar la correcta adaptación a los estudiantes acerca de términos teóricos y prácticos, las materias que comprende son:

- Aprendiendo desde “cero” Automovilismo
- Correcta Posición de Manejo
- Técnicas de manejo avanzadas
- Análisis de conducción deportiva
- Actitudes al momento de estar en pista.

Manejo Avanzado Profesional. También llamado “Nivel de Manejo Avanzado Profesional, Nivel 2 de ERA Racing S.A.”, es un servicio académico el cual consta de parte teórica y práctica, el curso tiene un nivel de dificultad mayor, de igual manera, un mayor número de materias que ayudan de manera positiva a los estudiantes para un mayor entendimiento y funcionamiento de un vehículo de carreras. Las materias que comprende son:

- Correcta posición de manejo dentro de pista
- Análisis de conducción deportiva 2
- Factor adherencia del automóvil
- Trayectoria según el grado de dificultad en diferentes tipos de curvas o superficies
- Optimización de frenado
- Deslizamiento controlado

Piloto Profesional. También llamado “Nivel de manejo a piloto profesional, Nivel 3 de ERA Racing S.A.”, es un curso académico el cual consta de materias teóricas y prácticas, su nivel de intensidad aumenta, así mismo con lo aprendido en los cursos anteriores será menos complicado la realización del curso para los estudiantes. El nivel aumenta, con ello la exigencia será mayor. Las materias que comprende son:

- Correcta posición de manejo dentro de pista 2
- Análisis de conducción deportiva 3
- Trayectorias efectivas, bajo estrés
- Dinámicas del auto, peso y adherencia
- Actitud del auto dentro de superficies húmedas
- Subviraje, sobreviraje y deslizamiento controlado
- Técnicas de manejo en piso mojado, lectura de circuito con lluvia
- Control del auto en situación de trompo

Simulador. Todos los cursos mencionados anteriormente tendrán la modalidad práctica de simulador, el nivel uno al ser nivel de introducción se medirá el nivel de cada estudiante en términos de conducción, para tener el conocimiento indicado de las mejoras de cada estudiante. Nivel dos y tres tendrán tandas de mayor duración y dificultad, poniendo en práctica lo aprendido en las materias teóricas. Se utilizará simuladores de alta precisión y tecnología.

Gráfico 23 Simulador de carreras completo



Fuente: Vesaro SimRacing

Gráfico 24 Accesorios para pilotos



Fuente: Flamatex

5.3.1.2. Amplitud y Profundidad de la Línea

El servicio el cual será ofertado, está constituido por tres niveles, de manera ascendente, los cuales proporcionaran la información suficiente y aptitudes necesarios para el buen pilotaje, curso introducción, manejo avanzado profesional y piloto profesional.

5.3.1.3. Marcas y Submarcas

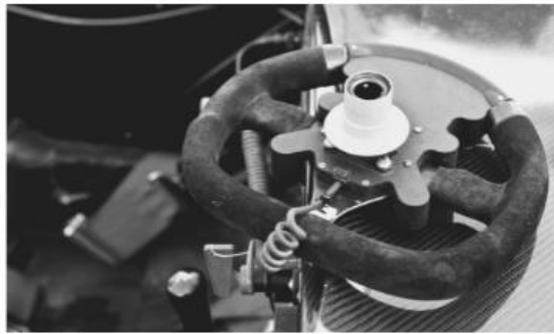
Las marcas de cada segmento que se pueden observar son las siguientes:

Gráfico 25 Marca General



Elaborado por: El Autor

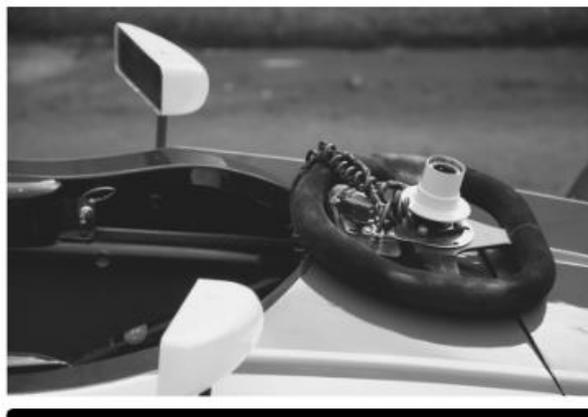
Gráfico 26 Submarca Manejo Avanzado



NIVEL – MANEJO AVANZADO

Elaborado por: El Autor

Gráfico 27 Submarca piloto profesional



NIVEL – PILOTO PROFESIONAL

Elaborado por: El Autor

5.3.2. Estrategia de Precios

En el mercado existen dos tipos de servicio, no iguales, pero tienen una similitud por tratarse acerca de automovilismo deportivo. No existen precios regulados por ninguna institución gubernamental para los servicios propuestos. La manera de definir los precios es por la oportunidad de cada negocio. A continuación, se presentan cotizaciones encontradas acerca de los servicios.

5.3.2.1. Precios de la Competencia

La propuesta no cuenta con competidores directos, ya que en el mercado no se oferta un servicio con las cualidades que se han mencionado; por lo tanto, se tomaron en cuenta los precios de empresas que brindan servicios acerca de automovilismo como Karting o circulación vial.

Tabla 6 Precios de la competencia

SERVICIO	PRECIO
EKA Ecuador Karting Academy - Curso Completo	\$900
ANETA – Drivers´ Academy	\$232

Elaborado por: El Autor

Fuente: Páginas de cada empresa

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El poder adquisitivo del mercado meta es variable, ya que se está midiendo en un razonamiento general, se encuentra dentro del estrato socioeconómico A, B y C+; por tal motivo el mercado meta puede adquirir servicios que no solo satisfacen las necesidades que poseen, de igual manera les brinda un valor agregado.

5.3.2.3. Políticas de Precio

Basado en los resultados del estudio de mercado realizado, y teniendo en cuenta la perspectiva que posee el cliente sobre el servicio, el precio de venta del servicio está medido en función a las necesidades del cliente.

En conjunto con la investigación de mercado, se definió la siguiente lista de precios:

Tabla 7 Precios de venta al público

PRECIOS PROPUESTOS			
SERVICIO	Precio Recomendado	Precio más alto	Precio de Introducción
Nivel 1 - Introducción	\$300	\$400	\$200
Nivel 2-Conducción Profesional avanzado	\$600	\$700\$	\$500
Nivel 3 – Piloto Profesional	\$800	\$900	\$700

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

5.3.3. Estrategia de Plaza

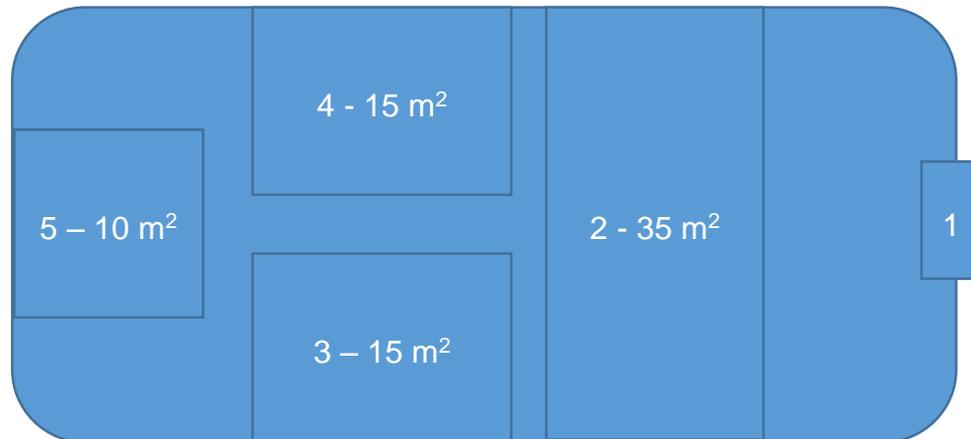
5.3.3.1. Localización de Punto de Venta

La empresa estará localizada en la parte norte de la ciudad de Guayaquil, la cual será la oficina principal y funcionará todo lo relacionado a la empresa.

5.3.3.1.1. Distribución de Espacio

La oficina que se requiere puede ser de 100m², la respectiva distribución de la oficina sería la siguiente:

Gráfico 28 Distribución oficina



Elaborado por: El autor

1. Ingreso.
2. Recepción
3. Oficina 1
4. Oficina 2
5. Bodega

5.3.3.1.2. Merchandising

Según las estrategias de marketing que la empresa realice, se plantea que la empresa forme parte de ferias de emprendimiento y de autoshow que se realicen en la ciudad, como el Autoshow que se realiza en la ciudad de Guayaquil para promover la marca y comercializar. Así mismo, se promoverá colocar información a acerca del servicio en sectores donde exhiban materiales de interés a los automóviles.

Gráfico 29 Autoshow de Guayaquil



Fuente: (Autoshowgye, 2021)

Para la mejor ejecución de un buen sistema de ventas, se ejecutará algunas actividades con la finalidad de cumplir con las metas de venta:

1. Correos: Enviar información vía e-mail por medio de base de datos.
2. Stand: Como se mencionó anteriormente participar en ferias y eventos relacionados a la propuesta.
3. Digitalizar: Ofertar los servicios vía online por medio de plataformas digitales de mayor audiencia.

5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes

La empresa contará con un sistema de venta directa la cual se ofertará a través de un sitio web, por el cual los clientes podrán adquirir los servicios y recibir la información de cómo se procederá con las fechas y realización de los cursos. Se eligió este medio en base a las tendencias que se observaron en la investigación de mercado.

5.3.3.2.2. Logística

No aplica.

5.3.3.2.3. Políticas de Servicio al Cliente: Preventa y Postventa, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

Pre-venta

El servicio de pre-venta está constituido por el servicio al cliente que se le brindará al cliente por los diferentes medios de comunicación que se utilizarán y que están establecidos, los cuales pueden ser, redes sociales, correo electrónico, o página web.

Postventa

El servicio de postventa se da por medio de la información registrada por el cliente y por el cumplimiento de validez de información de registro de cada cliente.

Quejas, reclamaciones, devoluciones

Las quejas y reclamos deberán ser revisados minuciosamente de esta manera poder ser verificados, revisados y dar una correcta solución al problema que se haya suscitado. La devolución de dinero se gestionará por el no consumo del servicio, o alguna causa de fuerza mayor, por medio de una ficha de devolución en la cual se detallará de manera clara y específica lo sucedido.

5.3.4. Estrategias de Promoción

5.3.4.1. Promoción de Ventas

La promoción de ventas se realizará mediante la adquisición del servicio por un medio online con el cual cuenta la empresa en meses claves de esta manera ayuda a incentivar a la compra directa.

Se aplicará un descuento del 5% por cliente que realicen la compra del servicio completo, el adquirir los tres niveles en un solo pago. La promoción se aplicará una sola vez.

5.3.4.2. Venta Personal

La empresa realizará ventas en los puntos de venta como lo es la oficina principal o algún stand que se ubicará en un lugar estratégico, en el lugar se contará con un vendedor.

5.3.4.3. Publicidad

5.3.4.3.1. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

Concepto: Academia que enseñe las diferentes técnicas de manejo y buenos modales al momento de competir en automóviles a altas velocidades para hombres y mujeres. Se busca posicionar la marca con base en el fortalecimiento de capacidades motoras y cognitivas al momento de estar en momentos de alta tensión dentro de una carrera de automóviles.

Gráfico 30 *Banner*



Elaborado por: El Autor

5.3.4.3.2. Estrategias ATL y BTL

Las estrategias de promoción seleccionadas de acuerdo a la respuesta de los encuestados son:

Estrategias ATL

Con las estrategias ATL se buscará promocionar al servicio a través de artículos de revistas o en segmentos de emprendimiento y/o conducción o automóviles.

Gráfico 31 *Revista especializada en automóviles*



Fuente: Revistas Carburando Ecuador

Estrategia BTL y TTL

Dado que la empresa se encuentra en etapa de introducción y que en la actualidad el mayor medio de comunicación y publicidad son los medios digitales, se ha planteado realizar gran parte de la inversión publicitaria a través de, anuncios en redes sociales, e-mail marketing, presencia en ferias y página web.

5.3.4.3.3. Estrategia de Lanzamiento

Para la estrategia de lanzamiento del servicio se realizará una campaña de posicionamiento de la marca en las redes sociales, ya que en la actualidad las redes sociales son lo más consumido por el rango de edad de los clientes.

Se crearán las redes sociales de la academia, de igual manera se diseñarán campañas de expectativa con un rango de publicaciones acerca de información del servicio, lanzamiento de campaña en las redes sociales utilizando los anuncios pagados que ofrece la red social Facebook, por último, el lanzamiento de los diferentes cursos de la academia junto con un sorteo en las redes sociales por el lanzamiento.

5.3.4.3.4. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad

Para el plan de medios se mencionarán los costos de lanzamiento, además, no se contratará una agencia de publicidad para realizar la campaña, ya que la empresa contará con un community manager el cual será el encargado de realizar las campañas y el movimiento dentro de las redes sociales.

Tabla 8 Gastos de lanzamiento

DETALLE	COSTOS
Página Web	\$2,000.00
Campaña Redes Sociales	\$300.00
Artículo medio de comunicación (Revista)	\$400.00
Creación Contenido	\$500.00
Posicionamiento	\$300.00
TOTAL:	\$3,500.00

Elaborado por: El Autor

Fuente: La investigación

5.3.4.4. Relaciones Públicas

Las relaciones públicas de la empresa estarán diseñadas principalmente por la participación en ferias referentes a conducción, automóviles, así mismo, autoshowes que se realicen en la ciudad, el objetivo principal es participar en lugares donde el cliente potencial esté presente. También se utilizarán los medios digitales como las redes sociales para los respectivos movimientos de las paginas sociales de la empresa.

5.3.4.5. Marketing Relacional

La empresa buscará mantener relaciones con los clientes a través del servicio al cliente con el cual se contará para poder obtener la mejor retroalimentación posible, en el cual además de atender las inquietudes presentadas se trabajará en formar un vínculo y una comunidad sobre la conducción profesional de carreras, de igual manera el objetivo será con los proveedores y la sociedad.

5.3.4.6. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.6.1. Estrategias de E-Commerce

La empresa tendrá a disposición una tienda en línea por la cual los clientes podrán cancelar el precio de los cursos directamente, adicional se creará una base de datos con la información subida a la página web del registro de cada cliente, esto servirá para enviar ofertas, promociones o información sobre los servicios que brinda la empresa.

La empresa contará con un presupuesto mensual el cual será utilizado para la publicidad digital como en redes sociales.

5.3.4.6.2. Análisis de la Promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales

Como competidor más cercano está EKA Karting, empresa quiteña que inició sus actividades hace cuatro años atrás (2017), la cual no cuenta con página web, pero si cuentan con redes sociales, las cuales no poseen un

número alto de seguidores, pero mantienen una relación constante con el cliente a través de sus publicaciones en redes sociales.

Gráfico 32 *Página de Facebook de EKA Karting Ecuador*



Elaborado por: El autor

Fuente: Facebook EKA Karting

5.3.4.6.3. Estrategia de Marketing Digital: Implementación del Sitio Web y Redes Sociales

Ecuadorian Racing Academy tendrá a su disposición redes sociales en las plataformas de Facebook e Instagram donde se harán publicaciones acerca del producto, detallando todo lo que se ofrecerá, tips de manejo, tips importantes sobre materiales necesarios en la conducción profesional, además contará con podcast con pilotos profesionales lo cual incentivará a la adquisición del servicio.

Se creará un sitio web por el cual se podrá hacer la compra del servicio, además se irá agregando información importante en la página web sobre la academia, esto servirá como una plataforma de comercio electrónico directo de la empresa.

Gráfico 33 Fan Page



Elaborado por: El Autor

5.3.4.7. Cronograma de Actividades de Promoción

Tabla 9 Cronograma de actividades de promoción

Actividades	Mes											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Gestión de Redes Sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Campañas de Activación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Creación de publicaciones para redes	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Inversión en Medios Digitales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Inversión en revistas, radio	X	X	X			X			X		X	X

Elaborado por: El autor

Fuente: El autor

5.4. Presupuesto de Marketing

Tabla 10 Presupuesto de Marketing

Gastos de Ventas y Marketing

MEDIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hosting y dominio	\$200.00	\$200.60	\$ 204.61	\$ 208.70	\$ 212.88
Campañas de anuncios en redes sociales	\$3,000.00	\$3,009.00	\$ 3,024.05	\$ 3,039.17	\$ 3,054.36
Artículos en revistas	\$1,200.00	\$1,203.60	\$ 1,209.62	\$ 1,215.67	\$ 1,221.74
Google ads	\$3,000.00	\$3,009,00	\$ 3,024.05	\$ 3,039.17	\$ 3,054.36
Mantenimiento página web	\$30.00	\$32.70	\$ 32.80	\$ 32.90	\$ 33.00
Community Manager	\$2,500.00	\$2,507.50	\$ 2,515.02	\$ 2,522.57	\$ 2,530.14
Email marketing	\$1,500.00	\$1,504.50	\$ 1,509.01	\$ 1,513.54	\$ 1,518.08
Eventos y Ferias	\$2,700.00	\$2,708.10	\$ 2,716.22	\$ 2,724.37	\$ 2,732.55
Publicidad impresa (Flyers)	\$300.00	\$300.90	\$ 301.80	\$ 302.71	\$ 303.62
TOTAL	\$14,430.00	\$14,475.90	\$14,519.33	\$14,562.89	\$14,606.57

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

CAPÍTULO 6

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

6.1.1. Proceso Productivo

El presente estudio está basado en la creación de una academia para pilotos de carreras profesional, por lo que el proceso productivo se encargará de describir los pasos que se ejecutarán para llevar a cabo el funcionamiento de la academia.

Para definir el proceso productivo de la propuesta, se necesitarán recursos tanto humanos como físicos. Entre los recursos humanos se encontrarán las personas especializadas que tomarán la forma de docentes, quienes serán los encargados de impartir las clases teóricas y guiar las clases prácticas en la academia y, dentro de los recursos físicos se encontrarán las maquinarias necesarias que serán utilizadas en las clases prácticas.

6.1.2. Flujograma del proceso

Gráfico 34 *Flujograma de procesos de admisión alumnos*



Elaborado por: El Autor

En cuanto al proceso de admisión de los alumnos el proceso a seguir consta de los siguientes pasos: Admisión del alumno, inscripción y matrícula, ingresos a base de datos, asignación de curso, horarios y docentes y, finalmente inicio de clases.

Se establecerán periodos de admisión y matrículas 12 veces al año, ya que cada curso tiene duración de 1 mes. Los periodos de admisión y matrículas tendrán un tiempo establecido de dos semanas, por lo que se publicarán y promocionarán las convocatorias dos semanas antes de su apertura.

El primer paso es la admisión del alumno, el cual consiste en brindar la información sobre las materias, cursos, horarios y precios al interesado y una vez que confirme su interés de pertenecer a la academia, se procede a la generación de la orden de pago para cancelar la debida matrícula.

Posterior a la admisión, se procede a la inscripción y matrícula, la cual consiste en que el alumno admitido debe llevar el comprobante de pago de matrícula para que sus datos sean subidos a la base de datos de la academia de manera oficial.

Una vez que los datos del estudiante estén cargados en la base de datos de la academia, se procede a realizar la asignación de recursos para inicio de clases una vez que se hayan cerrado las convocatorias y los plazos de inscripción y matrícula. Luego de que se encuentren asignados los recursos, se enviará un correo electrónico al estudiante comunicando fecha de inicio de clases, horarios, docentes y aulas asignadas.

Gráfico 35 Flujograma de selección de docentes



Elaborado por: El Autor

Para el correcto funcionamiento de la academia, es necesario contar con los recursos humanos especializados que se encargarán de impartir las clases a los alumnos. Para ello, se elaborará un proceso único inicial para la selección de los docentes.

Los cursos tendrán dos metodologías: teórica y práctica. Por lo que, se contratarán a dos docentes, ambos encargados de impartir las clases tanto teóricas como prácticas.

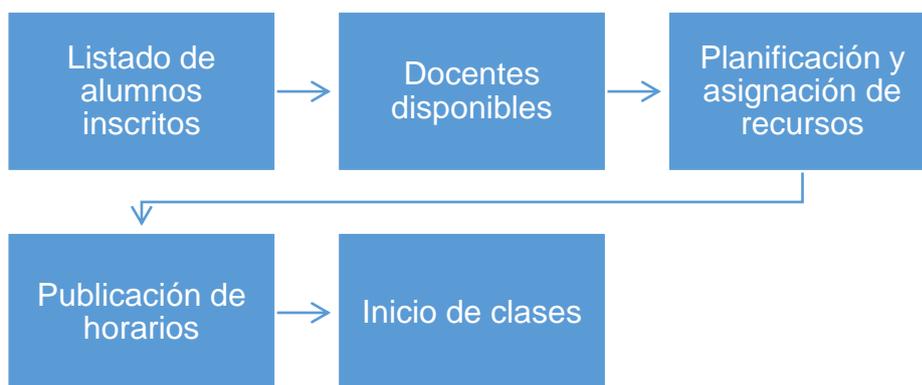
El proceso constará de los siguientes pasos: apertura de convocatoria, preselección de aspirantes, pruebas y entrevistas a los aspirantes, selección de finalistas, pruebas y entrevistas a finalistas y, posteriormente, selección de 2 docentes.

Cabe recalcar que se contratará a una agencia que se encargará del proceso de selección del personal. El primer paso consiste en abrir la convocatoria en los portales de empleo para poder revisar los perfiles de los diferentes aspirantes para posteriormente realizar una preselección en base a sus hojas de vida.

Una vez preseleccionados los aspirantes, se procederá a citarlos para realizar pruebas y entrevistas de acuerdo con el puesto al que estén aplicando. Dichas pruebas y entrevistas serán desarrolladas por la agencia contratada en base a los requisitos que se les indicara que se necesita que tengan los docentes contratados.

Luego de que se realicen las debidas pruebas y entrevistas, se procederá a escoger cuatro finalistas Se realizarán otras pruebas y entrevistas a los finalistas para posteriormente escoger a las personas finales para la posición.

Gráfico 36 Flujograma de planificación de recursos



Elaborado por: El Autor

Luego de haber descrito los procesos para la admisión de los alumnos y la contratación de los docentes, se procede a detallar el proceso para iniciar las operaciones fundamentales de la academia, es decir, el cronograma y planificación de las clases.

La academia tendrá la siguiente estructura en cuanto a los niveles, horarios, materias y docentes asignados para la impartición del curso:

- Estructura de niveles y materias:

Tabla 11 Estructura de niveles y materias

Niveles			
Curso Introducción	Curso “Manejo Avanzado Profesional”	Curso “Piloto Profesional”	Simulador
Materias			
Aprendiendo desde 0 Automovilismo	Análisis de la conducción deportiva	Trayectorias Efectivas	Posición de Manejo en el simulador

Correcta Posición de Manejo	Factor Adherencia del automóvil	Dinámicas del auto, peso y adherencia	Poner en práctica lo aprendido teóricamente de manera práctica en el simulador
Técnicas de manejo avanzadas	Trayectoria según el grado de dificultad en diferentes tipos de curvas o superficies	Actitud del auto dentro de algunas circunstancias	
Actitudes al momento de estar en pista	Optimización de Frenado	Subviraje, sobreviraje y deslizamiento controlado	
	Deslizamiento Controlado	Técnicas de manejo con piso mojado, lectura de circuito con lluvia	
		Control del auto en situación de trompo	

Elaborado por: El Autor

- Horarios de clase por curso:

Tabla 12 Cronograma curso introducción

CURSO INTRODUCCIÓN				
DETALLE		LUNES	MARTES	MIÉRCOLES
SEMANA 1	18:00-21:00	Aprendiendo desde 0 Automovilismo		Aprendiendo desde 0 Automovilismo
SEMANA 2	18:00-21:00	Correcta Posición de Manejo		Correcta Posición de Manejo
SEMANA 3	18:00-21:00	Técnicas de manejo avanzadas		Técnicas de manejo avanzadas
SEMANA 4	18:00-21:00	Actitudes al momento de estar en pista		Actitudes al momento de estar en pista

Elaborado por: El Autor

Tabla 13 Cronograma curso Manejo Avanzado Profesional

CURSO MANEJO AVANZADO PROFESIONAL					
DETALLE		LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES
SEMANA 1	18:00-21:00	Análisis de la conducción deportiva		Análisis de la conducción deportiva	
SEMANA 2	18:00-21:00	Factor Adherencia del automóvil		Factor Adherencia del automóvil	
SEMANA 3	18:00-21:00	Trayectoria según el grado de dificultad en diferentes tipos de curvas o superficies		Trayectoria según el grado de dificultad en diferentes tipos de curvas o superficies	
SEMANA 4	18:00-21:00	Optimización de Frenado	Deslizamiento Controlado	Optimización de Frenado	Deslizamiento Controlado

Elaborado por: El Autor

Tabla 14 Cronograma curso Piloto Profesional

CURSO PILOTO PROFESIONAL					
DETALLE		LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES
SEMANA 1	18:00-21:00	Trayectorias Efectivas		Trayectorias Efectivas	
SEMANA 2	18:00-21:00	Dinámicas del auto, peso y adherencia		Dinámicas del auto, peso y adherencia	
SEMANA 3	18:00-21:00	Actitud del auto dentro de algunas circunstancias	Subviraje, sobreviraje y deslizamiento controlado	Actitud del auto dentro de algunas circunstancias	Subviraje, sobreviraje y deslizamiento controlado
SEMANA 4	18:00-21:00	Técnicas de manejo con piso mojado, lectura de circuito con lluvia	Control del auto en situación de trompo	Técnicas de manejo con piso mojado, lectura de circuito con lluvia	Control del auto en situación de trompo

Elaborado por: El Autor

Tabla 15 Cronograma curso Práctico Simulador

CURSO PRÁCTICO - SIMULADOR				
DETALLE		LUNES	MARTES	MIÉRCOLES
SEMANA 1	18:00-21:00	Posición de Manejo en el simulador		Posición de Manejo en el simulador
SEMANA 2	18:00-21:00	Posición de Manejo en el simulador		Posición de Manejo en el simulador
SEMANA 3	18:00-21:00	Simulación Avanzada		Simulación Avanzada
SEMANA 4	18:00-21:00	Simulación Avanzada		Simulación Avanzada

Elaborado por: El Autor

Luego de que el proceso de inscripción y matriculación culmine y se tenga el listado final de alumnos inscritos, se procederá a realizar la debida asignación de recursos, es decir, horarios y docentes. Cabe recalcar que para cada clase se aceptarán máximo 12 estudiantes, con el objetivo de garantizar una enseñanza personalizada.

Luego de que los recursos hayan sido asignados, los mismos serán comunicados tanto a los docentes como a los alumnos para posteriormente dar inicio a las clases.

6.1.3. Infraestructura

Para que la academia de pilotos pueda desarrollar sus actividades de manera eficiente, se alquilará un establecimiento de entre 500 y 1000m², el cual deberá contar con las siguientes áreas:

- De 2 a 5 aulas: cada aula con un escritorio para el docente y 10 sillas con sus debidas mesas, pizarrón, marcadores y borrador.
- Oficina de dirección general: Escritorio y anaqueles.
- Sala de docentes: Mesa redonda general, 3 sillas y anaqueles.
- Baños: uno para hombres y otro para mujeres
- Sala de simulación

6.1.4. Mano de Obra

En cuanto a la mano de obra, la academia de pilotos profesionales contará con el siguiente balance de personal:

- 2 docentes
- Director General

Las actividades referentes a los recursos humanos, servicios de limpieza, servicios de seguridad y marketing serán tercerizadas mediante la contratación de empresas o agencias especializadas en brindar dichos honorarios.

Los servicios de limpieza y seguridad serán considerados como recurrentes, mientras que los servicios de marketing y recursos humanos serán contratados de manera eventual cada que sean necesarios.

6.1.5. Capacidad Instalada

Debido a que la presente investigación propone la elaboración de una empresa que ofrece servicios, no se cuenta con maquinarias que dispongan de capacidad productiva, sin embargo, se establece como política una capacidad máxima de entre 10 y 12 estudiantes por aula, con el objetivo de mantener la calidad de la enseñanza de la manera más personalizada posible.

6.1.6. Presupuesto

No existe presupuesto asignando de capacidad instalada, debido a que el proyecto no necesita incurrir en gastos de maquinarias de producción.

6.2. Gestión de Calidad

6.2.1. Políticas de Calidad

Para el correcto funcionamiento de la academia, es necesario establecer las debidas políticas de calidad que garanticen el servicio brindado, con el objetivo de obtener el mayor índice de satisfacción posible por parte de los consumidores y de todo el equipo que compone la academia, quienes en este caso son los estudiantes, docentes y personal administrativo.

Las políticas de calidad que se aplicarán en la academia de pilotos son las siguientes:

- Constante capacitación a los docentes con el objetivo de que cuenten con la capacidad de brindar toda la información

necesaria a los estudiantes en cuanto a las materias impartidas y de despejar todas las dudas que los alumnos tengan con relación a las mismas.

- Limpieza constante de las instalaciones en las cuales se imparten los cursos, con el objetivo de que tanto los estudiantes como el personal administrativo se sientan cómodos.
- Vigilancia mediante un sistema de seguridad para que tanto el personal administrativo como los estudiantes se sientan protegidos.
- Asignación de recursos y condiciones adecuadas para el correcto funcionamiento de la academia, es decir, que todas las aulas cuenten con los recursos necesarios para impartir las clases (aire acondicionado, luz, agua, pizarrón, escritorios y sillas) y, que los baños cuenten con las instalaciones adecuadas.
- Puntualidad en todos los cursos impartidos, se sancionará a todos los docentes que lleguen tarde a las clases y, se recompensará a quienes tengan un índice alto de cumplimiento y puntualidad.

6.2.2. Procesos de Control de Calidad

Las personas encargadas de supervisar y controlar que se lleven a cabo de manera correcta las políticas de calidad será el director general, hasta un futuro en el cual se disponga de más trabajadores en la academia.

El proceso que se implementará para el debido funcionamiento será el siguiente:

- Socialización del manual de políticas de calidad con todos los involucrados: personal administrativo de la academia y alumnos
- Gestión de sistema de capacitación para los docentes: Buscar cursos relacionados con las materias para los docentes una vez cada tres meses, los mismos que permitan actualizar los conocimientos y estar al día en las tendencias de las materias impartidas.

- Establecer horarios de limpieza de las instalaciones, la misma que será ejecutada por el auxiliar de limpieza contratado.
- Verificar tres veces al día que el guardia de seguridad se encuentre en su puesto de trabajo.
- Realizar una evaluación diaria de las aulas previo al inicio de clase para asegurarse que se encuentre en las condiciones adecuadas y con los recursos necesarios. Esta actividad deberá ser realizada por el docente y, en caso de que le haga falta algún recurso, deberá comunicar a dirección general para que se le sea asignado previo al inicio de clases.
- Implementación de biométrico, el cual se encargada de registrar las horas de entrada y salida de cada docente con el objetivo de medir su índice de puntualidad y cumplimiento.

6.2.3. Presupuesto

El presupuesto asignado para llevar a cabo de manera correcta las políticas y procesos de calidad son los siguientes:

- Presupuesto máximo asignada para cada capacitación tres veces al año para máximo dos docentes: \$600
- Instalación de biométrico: \$150
- Costo total de presupuesto de calidad: \$750

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Políticas de Protección Ambiental

Dentro de las políticas de la academia están las políticas de protección ambiental, las cuales serán ejecutadas con el objetivo de proteger el medio ambiente y que las actividades relacionadas con las operaciones de la academia no perjudiquen al mismo.

Se implementarán las siguientes políticas de protección ambiental:

- Ubicación de tachos de basura en cada aula, cada baño, cada oficina y cada 100m² en las instalaciones externas.
- Reciclar los desechos a entidades encargadas

- Ahorrar el consumo de agua y energía eléctrica

6.3.2. Procesos de Control Ambiental

Para llevar a cabo de manera correcta las políticas de protección ambiental, se llevarán a cabo los siguientes procesos:

- Socialización de las políticas de control ambiental.
- Supervisar que todos los desechos sean depositados dentro de los tachos de basura implementados. Esta actividad será controlada y realizada por el auxiliar de limpieza.
- Entregar los desechos reciclables al final de cada semana a las entidades encargadas de reciclar. Esta actividad será controlada y realizada de igual manera por el auxiliar de limpieza.
- Verificar que todas las luces queden apagadas y las llaves cerradas cuando se cierren las instalaciones de la academia. Esta actividad deberá ser realizada por todos los integrantes de la academia, es decir, tanto por el personal administrativo como por los alumnos.

6.3.3. Presupuesto

El presupuesto asignado para llevar a cabo las políticas de control ambientes es el siguiente:

- 12 tachos de basura: \$440

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1. Políticas de Protección Social

La academia establecerá políticas de protección social dirigidas a todos los integrantes de esta, es decir, al personal administrativo y a los alumnos.

Las políticas de protección social serán las siguientes:

- Respetar los derechos de los docentes y colaboradores mediante la formalización de sus contratos de trabajo con todos los beneficios de ley, fomentando la estabilidad laboral de los mismos.

- Pago puntual de las remuneraciones a todos los colaboradores de la empresa.
- 100% de cumplimiento de clases brindadas a los alumnos.
- Establecer una cultura organizacional de armonía dentro de la empresa, en la cual todos los integrantes de la academia se lleven bien y tengan una buena relación.

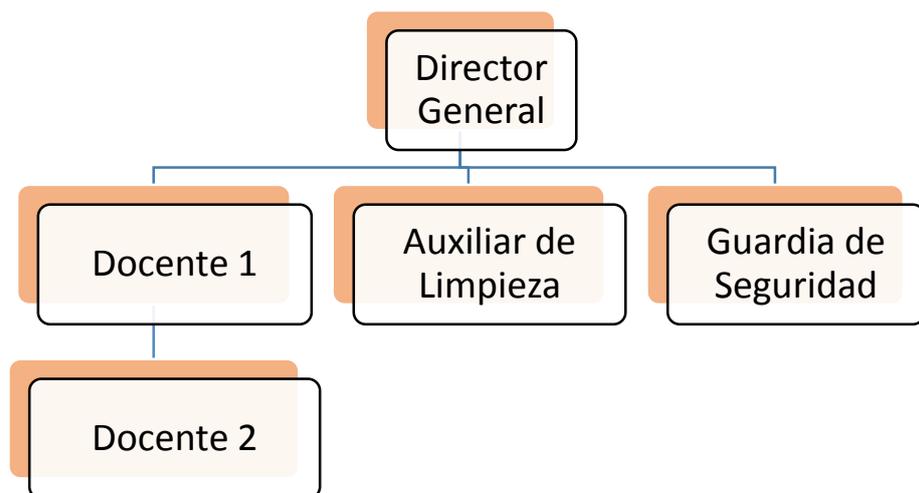
6.4.2. Presupuesto

No se establece un presupuesto de responsabilidad social, ya que las personas encargadas del control de las políticas se encuentran dentro del rol de pagos de la empresa.

6.5. Estructura Organizacional

6.5.1. Organigrama

Gráfico 37 Organigrama de la empresa



Elaborado por: El Autor

6.5.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

A continuación, se detalla el desarrollo de cargos y perfiles por competencias de todas las personas involucradas en el organigrama de la empresa.

- Director General: Encargado de controlar y dirigir el correcto funcionamiento de la academia. Además, será el encargado de solucionar cualquier problema que se presente en las

operaciones de la academia. El perfil del director general deberá contar con las siguientes características:

- ✓ Género: Hombre/Mujer
- ✓ Edad: Entre 25 y 45 años
- ✓ Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares
- ✓ Conocimientos: Liderazgo y administración.
- ✓ Formación académica: Título de tercer nivel en carreras administrativas y afines.

- Docentes: Personas encargadas de impartir las clases dictadas a los alumnos. Deberán contar con el siguiente perfil:

- ✓ Género: Hombre/Mujer
- ✓ Edad: Entre 25 y 45 años
- ✓ Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares
- ✓ Conocimientos: Específicos de pilotaje profesional.
- ✓ Formación académica: Certificaciones relacionadas al pilotaje profesional.

- Auxiliar de limpieza: Persona encargada de realizar la limpieza de las instalaciones de la academia. El perfil requerido será el siguiente:

- ✓ Género: Hombre/Mujer
- ✓ Edad: Entre 18 y 45 años
- ✓ Experiencia: Sin experiencia previa.
- ✓ Conocimientos: Sin conocimientos específicos.
- ✓ Formación académica: Sin formación académica requerida.

- Guardia de seguridad: Persona encargada de vigilar la entrada de las instalaciones y velar por la seguridad de las personas que

se encuentren dentro de las mismas. El perfil de este cargo será el siguiente:

- ✓ Género: Hombre
- ✓ Edad: Entre 25 y 40 años
- ✓ Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en áreas de seguridad.
- ✓ Conocimientos: Conocimiento de uso de armas blancas y defensa personal.
- ✓ Formación académica: Cursos y certificaciones de seguridad y defensa personal.

6.5.3. Manual de Funciones. Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos

Tabla 16 Manual de funciones del personal de la academia

CARGO	RESPONSABILIDADES	DERECHOS
Director General	Coordinar, supervisar y controlar el correcto funcionamiento de la academia: Planificación de horarios de clases, asignación de recursos, periodos de matrícula y admisión, cumplimiento de políticas	Sueldo fijo y beneficios de ley
Docentes	Impartir de manera profesional las materias acordadas en el plan de estudios y realizar la debida planificación y preparación de las clases	Sueldo fijo y beneficios de ley
Auxiliar de Limpieza	Ejecutar actividades de limpieza de las instalaciones	Honorarios
Guardia de Seguridad	Velar por la seguridad de las instalaciones de la academia y las personas dentro de ella.	Honorarios

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO, FINANCIERO Y TRIBUTARIO

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

Para calcular la inversión inicial que se requiere para comenzar con las operaciones de la presente propuesta, se tomaron en cuenta los activos fijos, el capital de trabajo y la inversión diferida, dando un total de \$74.459,70.

Tabla 17 Inversión Inicial

Total de Inversión Inicial	
Inversión Fija	\$32.899,20
Inversión Diferida	\$17.703,00
Inversión Corriente	\$23.857,50
Total	\$74.459,70

Elaborado por: El Autor

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1. Fija

La inversión fija que necesitará la empresa para empezar sus actividades son todos aquellos activos fijos que permitirán que la empresa funcione de manera correcta, tales como muebles de oficina, equipos de oficina y, equipos de computación. La inversión fija representa un total de \$32.899.20.

Tabla 18 Inversión en activos fijos

Cantida d	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		
	ACTIVO	Valor Unitario	Valor Total
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA			
5	Escritorios para docentes	\$99.00	\$495.00
80	Sillas dobles para estudiantes	\$38.00	\$3,040.00
5	Pizarrones	\$85.00	\$425.00
100	Marcados tiza líquida	\$1.45	\$145.00
100	Borradores de pizarra	\$0.57	\$57.00
2	Escritorios de oficina	\$129.00	\$258.00
2	Sillas de oficina	\$65.00	\$130.00
20	Sillas de espera estáticas	\$22.00	\$440.00
1	Kit mesa reuniones + sillas	\$280.00	\$280.00
10	Anaqueles de oficina	\$95.00	\$950.00

TOTAL MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA			\$6,220.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
4	Fanatec Podium Wheel Base DD2	\$1,499.95	\$5,999.80
4	CSL Elite Steering Wheel McLaren GT3	\$199.95	\$799.80
4	ClubSport Pedals V3	\$359.95	\$1,439.80
4	ClubSport Shifter QS V 1.5	\$249.95	\$999.80
4	Monitor Quasad Curva Ultra Wide	\$1,250.00	\$5,000.00
4	CPU de Alto Rendimiento	\$1,650.00	\$6,600.00
4	Sets de Mouse y Teclado	\$10.00	\$40.00
4	Cockpit P1 V3.0	\$1,450.00	\$5,800.00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			\$26,679.20
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$32,899.20

Elaborado por: El Autor

7.1.1.2. Diferida

La inversión diferida está conformada por aspectos de constitución, presupuestos operativos, pago de alquiler y gastos de publicidad de lanzamiento. El total de la inversión diferida requerida es de \$16.703.00.

Tabla 19 Inversión diferida

GASTOS DIFERIDOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arriendo	2	\$4,000.00	\$8,000.00
Inscripción teléfono	1	\$25.00	\$25.00
Inscripción internet	1	\$20.00	\$20.00
Constitución compañía	1	\$3,208.00	\$3,208.00
Honorarios Recursos Humanos	1	\$800.00	\$800.00
Presupuesto Control Ambiental	1	\$400.00	\$400.00
Presupuesto Control Calidad	1	\$750.00	\$750.00
Gastos de Publicidad de Lanzamiento	1	\$3,500.00	\$3,500.00
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA			\$16,703.00

Elaborado por: El Autor

7.1.1.3. Corriente

La inversión corriente está compuesta por tres meses de costos fijos, es decir, el capital de trabajo con el que deberá iniciar la empresa es de \$23,857.50.

Tabla 20 Inversión Corriente

Inversión en Capital de Trabajo			
Meses a empezar (antes de producir o vender)	Descripción	V. Unitario	V. Total
3	Valor Mensual Costos Fijos	\$7,952.50	\$23,857.50
TOTAL INVERSIÓN CORRIENTE			\$23,857.50

Elaborado por: El Autor

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

Las fuentes de financiamiento con las que contara la empresa son dos: recursos propios, el cual será otorgado por los accionistas y, el préstamo bancario. El banco que emitirá el préstamo será el Banco del Pacifico y, la estructura de capital será de 80% préstamo bancario y 20% recursos propios.

Tabla 21 Fuentes de financiamiento

Financiamiento de la Inversión de:		\$66,827.70
Recursos Propios	\$14,691.94	20%
Recursos de Terceros	\$58,767.76	80%
Total	\$73,459.70	100%

Elaborado por: El Autor

7.1.2.2. Tabla de Amortización

Para calcular el pago de las amortizaciones, se tomaron en cuenta tres factores: tasa de interés de 9% anual asignada por el Banco emisor del préstamo, 60 pagos mensuales por un periodo de 5 años y, el valor que corresponde al 80% del total de la inversión inicial.

CAPITAL	\$58,767.76
TASA DE INTERÉS BP	9%
NÚMERO DE PAGOS	60
FECHA DE INICIO	3-ene-22
CUOTA MENSUAL	\$1,219.92
INTERESES DEL PRÉSTAMO	\$14,427,56

Tabla 22 Tabla de amortización

Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago
0	\$58,767.76	-	-	-
12	\$49,022.30	\$845.91	\$374.01	\$1,219.92
24	\$38,362.65	\$925.26	\$294.66	\$1,219.92
36	\$26,703.05	\$1,012.06	\$207.86	\$1,219.92
48	\$13,949.70	\$1,107.00	\$112.93	\$1,109.79
60	\$0.00	\$1,210.84	\$9.08	\$1,209.92

Elaborado por: El Autor

7.1.3. Cronograma de Inversiones

En cuanto al cronograma de inversiones, se procede a detallar el cronograma de pagos que se deberán realizar de manera anual por concepto de intereses y pagos de capital de la deuda que se adquirió con el banco.

Tabla 23 Amortización deuda anual

Amortización de la Deuda Anual						
Años	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total
Pagos por Amortizaciones	\$9,745.46	\$10,659.65	\$11,659.60	\$12,753.35	\$13,949.70	\$58,767.76
Pago por Intereses	\$4,893.61	\$3,979.41	\$2,979.47	\$1,885.71	\$689.36	\$14,427.56
Servicio de Deuda	\$14,639.06	\$14,639.06	\$14,639.06	\$14,639.06	\$14,639.06	\$73,195.32

Elaborado por: El Autor

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos con los que contará la empresa serán todos aquellos costos relacionados con: el pago de sueldos y salarios al personal que se encontrará bajo nómina, los gastos por servicios básicos de internet, teléfono, luz y agua, los gastos de marketing y, gastos administrativos de arriendo y honorarios por servicios prestados.

Los supuestos utilizados para calcular los costos fijos fueron los siguientes:

- Sueldos y Salarios: se consideró un sueldo para cada persona bajo nómina de acuerdo a la tabla de salarios mínimos por profesión en Ecuador emitida por el Gobierno. Todo el personal que se encontrará bajo nomina deberá obtener todos los beneficios sociales que indica la ley.
- Servicios Básicos: Luz, agua, internet y teléfono.
- Gastos de Marketing: Todos aquellos gastos relacionados con las operaciones de publicidad y promoción que ejecutará la empresa a lo largo de sus operaciones, tales como: hosting y dominio de la página web, campañas en redes sociales, google ads, community manager, eventos y ferias, mailing y, flyers.
- Gastos administrativos: Los gastos administrativos comprenden los gastos de arriendo y, el pago a honorarios por servicios prestados del guardia de seguridad y el auxiliar de limpieza.

Para calcular los costos fijos del año 2 en adelante, se tomó en cuenta la evolución de la tasa de inflación promedio proyectada durante los próximos cinco años.

Tabla 24 Tabla de costos fijos

TIPO DE COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Sueldos y Salarios	\$19,884.60	\$20,063.19	\$20,270.02	\$20,450.43	\$20,642.60
Gastos en Servicios Básicos	\$9,000.00	\$9,080.83	\$9,174.44	\$9,256.10	\$9,343.08
Gastos de Ventas	\$14,430.00	\$14,559.60	\$14,709.69	\$14,840.61	\$14,980.07
Gastos Administrativos	\$57,600.00	\$58,117.33	\$58,716.44	\$59,239.04	\$59,795.70
Total Costos Fijos	\$100,914.60	\$101,820.96	\$102,870.60	\$103,786.19	\$104,761.45

Elaborado por: El Autor

7.2.2. Costos Variables

La presente propuesta no cuenta con costos variables de producción, debido a que el tipo de actividad de la empresa es brindar un servicio, por lo

que no se dedica a producir ningún bien tangible que necesite incurrir en costos de producción.

7.3. Capital de Trabajo

7.3.1. Gastos de Operación

Los gastos de operación considerados para iniciar las actividades de la empresa son todos aquellos que se encuentran relacionados de manera directa con las operaciones de la empresa, los cuales son: gastos por sueldos y salarios, gastos de servicios básicos, gastos de ventas y, gastos administrativos.

Tabla 25 Gastos de operación

COSTOS DE OPERACIÓN FIJOS/MENSUALES	
TIPO	VALOR
Gastos Sueldos y Salarios	\$1,200.00
Gastos en Servicios Básicos	\$750.00
Gastos de Ventas	\$1,202.50
Gastos Administrativos	\$4,800.00
SUMA	\$7,952.50

Elaborado por: El Autor

7.3.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos que la empresa consideró son: el pago mensual del arriendo del establecimiento en donde se ejecutarán las operaciones de la empresa y, el pago de honorarios por servicios prestados recurrentes del personal de limpieza y seguridad.

Tabla 26 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Rubro	Gasto / mes	Gasto / año
Arriendo	\$4,000.00	\$48,000.00
Limpieza	\$400.00	\$4,800.00
Seguridad	\$400.00	\$4,800.00
TOTAL	\$4,800.00	\$57,600.00

Elaborado por: El Autor

7.3.3. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas que se consideraron fueron todos aquellos relacionados con las actividades de promoción que la empresa ejecutará para posicionarse en el mercado, además de los gastos por mantenimiento y lanzamiento de la página web. A continuación, se detallan dichos gastos de manera mensual y anual.

Tabla 27 Gastos de Ventas

GASTOS DE MARKETING				
MEDIO	CANT. MENSUAL	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año
Hosting y Dominio	1	\$16.67	12	\$200.00
Compañías en rrss	1	\$250.00	12	\$3,000.00
Artículos en revistas	1	\$100.00	12	\$1,200.00
Google Ads	1	\$250.00	12	\$3,000.00
Mantenimiento Web	1	\$2.50	12	\$30.00
Community Manager	1	\$208.33	12	\$2,500.00
Email marketing	1	\$125.00	12	\$1,500.00
Eventos y Ferias	1	\$225.00	12	\$2,700.00
Flyers	1	\$25.00	12	\$300.00
TOTAL		\$1,202.50		\$14,430.00

Elaborado por: El Autor

7.3.4. Gastos Financieros

Los gastos financieros con los que contará la empresa son aquellos gastos relacionados con el pago de intereses de la deuda con la entidad bancaria con la que se realizó el préstamo del 80% del valor total de la inversión inicial.

Tabla 28 Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAGO INTERESES	\$4,893.61	\$3,979.41	\$2,979.47	\$1,885.71	\$689.36

Elaborado por: El Autor

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes

El precio de venta que se estableció por el curso completo es de \$950, pero los cursos divididos cada uno de ellos tiene el siguiente precio:

- Curso 1 Introducción: \$200
- Curso 2 Manejo Avanzado Profesional: \$500
- Curso 3 Piloto Profesional: \$700

El precio de venta fue escogido en base al análisis de la competencia, costos de operación y disponibilidad a pagar por parte de los consumidores.

Dado que la empresa no cuenta con costos variables de producción, el margen de ganancia bruto es de 100%.

Tabla 29 Cálculo precio de venta

CÁLCULO DE EL PRECIO DE VENTA			
DESCRIPCIÓN	Costo Unitario Año 1	PVP	MARGEN BRUTO DE GANANCIA
ALUMNOS			
3 CURSOS	\$0.00	\$950.00	100.00%

Elaborado por: El Autor

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Venta

Para proyectar las ventas del primer año, se toma en cuenta la política de capacidad máxima por curso establecida por la empresa, la cual indica que se debe tener un máximo de entre 10 y 12 estudiantes por curso para procurar la calidad de la enseñanza y la atención lo más personalizada posible a cada alumno. Y, debido a que solo se contará con 2 docentes, se proyecta que al menos durante el primer año, exista 1 curso y 1 paralelo a la vez, permitiendo de esta manera garantizar la enseñanza de los estudiantes y no otorgar sobrecarga operativa a los docentes. Por lo que, los alumnos totales de por lo menos el primer año serán de 114.

Para calcular el incremento de la demanda anual, se considera un crecimiento de 8% para el segundo año, 9% para el tercer y cuarto año y, 7% para el año 5. La razón por la cual se toma en cuenta dicho crecimiento es debido a que la población de Guayaquil crece anualmente en un 3%, sin embargo, dicho 3% es considerado como una base, ya que el crecimiento de

la industria puede llegar a ser mayor. Además, se toma en cuenta el ciclo de vida del proyecto, es decir, 8% en el año 2 durante su etapa de crecimiento, 9% en el año 3 y 4 durante su etapa de madurez y, 7% en el año 5 considerando que el proyecto llega a su etapa de declive.

Para el incremento del precio de venta y costos fijos, se considera la inflación promedio anual proyectada para los siguientes cinco años.

Tabla 30 Proyección de ventas

UNIDADES PROYECTADAS A VENDER EN 5 AÑOS					
Crecimiento de la Industria		8.0%	9.0%	9.0%	7.0%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALUMNOS	114	123	134	146	157
	0				
ALUMNOS TOTALES	114	123	134	146	157

Elaborado por: El Autor

De igual manera, se presenta el incremento de ventas en dólares:

Tabla 31 Proyección de ventas

VENTAS PROYECTADAS EN 5 AÑOS					
UNIDADES X PRECIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALUMNOS	\$108,300.00	\$118,014.51	\$129,961.88	\$142,919.26	\$154,360.61
VENTAS TOTALES	\$108,300.00	\$118,014.51	\$129,961.88	\$142,919.26	\$154,360.61

Elaborado por: El Autor

7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio, se tomó en cuenta el precio de venta del producto y los costos fijos.

Tabla 32 Tabla punto de equilibrio

Datos iniciales

Precio Venta	\$950.00
	\$
Coste Unitario	-
Gastos Fijos Año	\$100,914.60
Q de Pto. Equilibrio	106
\$ Ventas Equilibrio	\$100,914.60

Elaborado por: El Autor

Es decir, para que la empresa no tenga perdidas ni ganancias, necesita tener un total de 106 alumnos y, como se había mencionado previamente, el total de alumnos con los que contará la empresa para el primer año es de 114, es decir, que la empresa alcanzaría su punto de equilibrio en el primer año si se consideran solo los costos fijos anuales.

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

Los procesos operativos de la empresa cumplirán con todas las leyes establecidas por el gobierno ecuatoriano, las cuales son reguladas por entidades como: Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías y, Ministerio de Trabajo.

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General

A continuación, se detalla el Balance General proyectado de la empresa para los próximos 5 años:

Tabla 33 Balance General

Balance General						
	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos						
Disponible	\$23,857.50	\$16,916.26	\$15,672.90	\$21,317.75	\$34,577.72	\$91,570.63
Ctas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
Activo Corriente	\$23,857.50	\$16,916.26	\$15,672.90	\$21,317.75	\$34,577.72	\$91,570.63
Activos Fijos	\$32,899.20	\$32,899.20	\$32,899.20	\$32,899.20	\$32,899.20	\$32,899.20
Dep Acumulada	0	\$3,911.92	\$7,823.84	\$11,735.76	\$15,647.68	\$19,559.60

Activos Fijos Netos	\$32,899.20	\$28,987.28	\$25,075.36	\$21,163.44	\$17,251.52	\$13,339.60
Activo Diferido	\$16,703.00	\$16,703.00	\$16,703.00	\$16,703.00	\$16,703.00	\$16,703.00
Total de Activos	\$73,459.70	\$62,606.54	\$57,451.26	\$59,184.19	\$68,532.24	\$121,613.23

Pasivos

Ctas por Pagar Impuestos por Pagar	0	\$9,745.46	\$10,659.65	\$11,659.60	\$12,753.35	0
Pasivo Corriente	0	\$9,745.46	\$10,659.65	\$11,659.60	\$12,735.35	0
Deuda LP	\$58,767.76	\$39,276.84	\$27,703.00	\$15,043.45	\$1,196.36	\$23,857.50
Total de Pasivos	\$58,767.76	\$53,605.56	\$38,362.65	\$26,703.05	\$13,949.71	\$23,857.50

Patrimonio

Capital Social	\$14,691.94	\$14,691.94	\$14,691.94	\$14,691.94	\$14,691.94	\$14,691.94
Utilidad del Ejercicio	0	-\$1,107.70	\$5,504.37	\$13,392.53	\$22,101.40	\$29,833.59
Utilidades Retenidas	0	0	-\$1,107.70	\$4,396.67	\$17,789.20	\$39,890.59
Recuperación Venta de Activos y CT						\$13,339.60
Total de Patrimonio	\$14,691.94	\$13,584.24	\$19,088.61	\$32,481.14	\$54,582.53	\$97,755.73

Pasivo más Patrimonio	\$73,459.70	\$62,606.54	\$57,451.26	\$59,184.19	\$68,532.24	\$121,613.23
------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------

CUADRE	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

Elaborado por: El Autor

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

A continuación, se presenta las proyecciones del Estado de Pérdidas y Ganancias de la empresa para los próximos 5 años:

Tabla 34 Estado de pérdidas y ganancias

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total de Ingresos					
Cantidad de alumnos	114	123	134	146	157
Precio del curso	\$950.00	\$958.53	\$968.41	\$977.03	\$986.21

Total cantidad de alumnos	114	123	134	146	157
Total Ingresos	\$108,300.00	\$118,014.51	\$129,961.88	\$142,919.26	\$154,360.61
Costo de Venta Unitario	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Total Costo de Venta	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Utilidad Bruta en Venta	\$108,300.00	\$118,014.51	\$129,961.88	\$142,919.26	\$154,360.61
Gastos Sueldos y Salarios	\$19,884.60	\$20,063.19	\$20,270.02	\$20,450.43	\$20,642.60
Gastos Servicios Básicos	\$9,000.00	\$9,080.83	\$9,174.44	\$9,256.10	\$9,343.08
Gastos Ventas	\$14,430.00	\$14,559.60	\$14,709.69	\$14,840.61	\$14,980.07
Gastos Administrativos	\$57,600.00	\$58,117.33	\$58,716.44	\$59,239.04	\$59,795.70
Gastos de Depreciación	\$3,911.92	\$3,911.92	\$3,911.92	\$3,911.92	\$3,911.92
Utilidad Operativa	\$3,473.48	\$12,281.63	\$23,179.36	\$35,221.15	\$45,687.24
Gastos Financieros	\$4,893.61	\$3,979.41	\$2,979.47	\$1,885.71	\$689.36.
Utilidad antes de Impuestos	-\$1,420.13	\$8,302.21	\$20,199.89	\$33,335.44	\$44,997.88
(-)Repartición Trabajadores	0	\$1,245.33	\$3,029.98	\$5,000.32	\$6,749.68
(-) Impto a la Renta	-\$312.43	\$1,552.51	\$3,777.38	\$6,233.73	\$8,414.60
Utilidad Neta	-\$1,107.70	\$5,504.37	\$13,392.53	\$22,101.40	\$29,833.59

Elaborado por: El Autor

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

A continuación, se presentan los flujos de caja proyectados para los

Flujo de Efectivo

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes de Impuestos	-\$1,420.13	\$8,302.21	\$20,199.89	\$33,335.44	\$44,997.88
(+) Gastos de Depreciación	\$3,911.92	\$3,911.92	\$3,911.92	\$3,911.92	\$3,911.92
(+) Gastos de amortización	0	0	0	0	0
(+) Venta de activos fijos	0	0	0	0	\$13,339.60

siguientes 5 años:

(-) Inversiones en Activos	0	0	0	0	0
(-) Amortizaciones de Deuda	\$9,745.46	\$10,659.65	\$11,659.60	\$12,753.35	\$13,949.70
(-) Pagos de Impuestos	-\$312,43	\$2,797.85	\$6,807.36	\$11,234.04	\$15,164.28
(+) Recuperación Capital Trabajo					\$23,857.50

Flujo Neto	-\$14,691.94	-\$6,941.24	-\$1,243.36	\$5,644.85	\$13,259.97	\$56,992.91
PayBack del flujo		-\$21,633.18	-\$22,876.54	-\$17,231.69	-\$3,971.72	\$53,021.19

TMAR	19.30%
VAN	\$12,071.70
TIR	32,57%

Tabla 35 Flujo de Efectivo

Elaborado por: El Autor

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1. TMAR

Para calcular la tasa mínima aceptable de riesgo del presente proyecto, se utilizó el modelo CAPM, el cual considera variables de: tasa libre de riesgo, riesgo de mercado, riesgo país y beta de la industria y, posteriormente el modelo WAAC que utiliza la ponderación de acuerdo a la estructura de capital previamente mencionada.

Tabla 36 CAPM

CAPM	
Tasa Bono USA 5 Años	0.78%
Beta	1.15
Riesgo Mercado	44.77%
Riesgo País	8.23%
TMAR	60.50%

Elaborado por: El Autor

Tabla 37 Tasa Ponderada

TASA PONDERADA				
Préstamo	Interés	9%	80%	7.20%

Capital Prop.	CAPM	60.50%	20%	12.10%
TOTAL				19.30%

Elaborado por: El Autor

Es decir, la TMAR del proyecto es de 19.30%

7.6.2.1.1.2. VAN

Para calcular el VAN se utilizó la fórmula de valor presente neto, considerando los flujos proyectados de los 5 años y la tasa mínima aceptable de riesgo calculada previamente. El VAN del proyecto es de \$12,071.70, lo cual representa la ganancia adicional que es capaz de generar el proyecto una vez que se recupere la inversión inicial.

7.6.2.1.1.3. TIR

La Tasa Interna de Retorno del proyecto dio como resultado 32,57%, la cual es mayor a la TMAR que es 19.30%, es decir, el proyecto tiene la capacidad de brindar un retorno mayor al mínimo esperado.

7.6.2.1.1.4. PAYBACK

El Payback del proyecto es en el quinto año, en donde la empresa recupera toda su inversión y deja de tener flujos acumulados negativos.

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

Para realizar el análisis de sensibilidad del proyecto se tomaron en cuenta dos escenarios: análisis pesimista y análisis optimista, en los cuales se consideraron los siguientes factores:

- Análisis Pesimista: 10% menos de demanda y un descuento del 10% en el precio de venta.
- Análisis Optimista: 10% más de demanda y un incremento del 10% en el precio de venta.

Tabla 38 Análisis de escenarios múltiples

Resumen de escenario	Valores actuales:	Pesimista	Optimista
Celdas cambiantes:	0%	-10%	10%
Unidades Vendidas	114	103	125
Celdas de resultado:			
VAN	\$12,071.70	-\$14,494.62	\$38,638.02
TIR	32,57%	4,74%	66,15%

Resumen de escenario	Valores actuales:	Pesimista	Optimista
Celdas cambiantes:	0%	-10%	10%
Precio de Venta Unitario	950	855.00	1045.00
Celdas de resultado:			
VAN	\$12,071.70	-\$14,401.42	\$38,638.02
TIR	32,57%	4,85%	66,15%

Elaborado por: El Autor

Se puede observar que el proyecto presenta una sensibilidad mínima al precio de venta y a la demanda, debido a que en caso de que estos factores sufran un 10% de decrecimiento, el VAN sigue siendo positivo y la TIR igual, aunque la misma llegaría a ser menor que la TMAR. Por otro lado, en caso de los escenarios optimistas el VAN y la TIR crecerían de manera considerable.

7.8. Razones Financieras

7.8.1. Liquidez

En cuanto a la liquidez, se puede observar que por cada \$1 de deuda que la empresa posee, la misma cuenta con capacidad suficiente para cubrir dicho dólar durante los cinco años del proyecto.

Tabla 39 Liquidez

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-------	-------	-------	-------	-------

Ratios de Liquidez

Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	1.7	1.5	1.8	2.7	0
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	1.7	1.5	1.8	2.7	0
Capital de Trabajo	\$7,170.80	\$5,013.25	\$9,658.15	\$21,824.37	\$91,570.63
Índice de liquidez = (Activos Corrientes / Pasivo corriente)	1.7	1.5	1.8	2.7	0

Elaborado por: El Autor

7.8.2. Gestión

El índice de gestión indica que la empresa usa un promedio de 2,1 veces sus activos para generar ventas.

Tabla 40 Ratio de gestión

RATIOS DE GESTIÓN(Usos de Activos)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación de Activos = Ventas / Activos	1.7	2.1	2.2	2.1	1.3

Elaborado por: El Autor

7.8.3. Endeudamiento

Los índices de endeudamiento reflejan la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus deudas.

Tabla 41 Endeudamiento

RATIOS DE ENDEUDAMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	78%	67%	45%	20%	20%

Pasivo Corriente / Pasivo	20%	28%	44%	91%	0%
Pasivo / Patrimonio	3.6	2.2	0.8	0.3	0.2
Cobertura 1 = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	0.71	3.09	7.78	18.68	66.27
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda	1.2	1.8	2.6	3.5	5.3

Elaborado por: El Autor

7.8.4. Rentabilidad

Los índices de rentabilidad indican que, en el primero año, la empresa tiene márgenes de ganancia negativos, sin embargo, con el pasar de los años, la empresa logra incrementar de manera considerable y progresiva sus márgenes de ganancia.

Tabla 42 Rentabilidad

Ratios de Rentabilidad	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	100%	100%	100%	100%	100%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	3%	10%	18%	25%	30%
Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas	-1.02%	5%	10%	15%	19%
ROA = Utilidad Neta / Activos	-2.27%	14%	34%	49%	37%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	-10%	43%	62%	61%	46%

Elaborado por: El Autor

7.9. Conclusión del Estudio Financiero

Luego de realizar los respectivos análisis y estudios financieros del proyecto, se puede concluir que la propuesta es atractiva para los inversionistas, debido a que la TIR del proyecto es de 32.57%, la cual es

mayor a la TMAR que es 19.30%, lo que significa que la empresa tiene la capacidad de generar ganancias mucho mayores a las que esperan los inversionistas.

Por otro lado, el VAN del proyecto es de \$12,071.70, lo cual significa que la empresa tendrá capacidad de generar ganancias adicionales luego de recuperar la inversión inicial. Además, el tiempo de recuperación de la inversión es en cinco años, lo que se considera relativamente bueno, ya que, durante los primeros años de funcionamiento, la empresa tendrá la capacidad de pagar toda la inversión inicial y, de ahí en adelante será capaz de generar flujos positivos netos.

Por lo expuesto anteriormente, se considera y se concluye que la implementación del proyecto es atractiva, sostenible y viable en el tiempo.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Principales riesgos

Durante el periodo de operación, Ecuadorian Racing Academy S.A., podría encontrarse con riesgos de índole externos e internos, los cuales se detallarán a continuación:

Tabla 43 Principales Riesgos

Internos
<ul style="list-style-type: none">• Incumplimiento en las metas de ventas proyectadas anualmente.• Accidentes laborales por parte del personal.• Daño, falla o deterioro de los simuladores que se utilizarán en la academia, así mismo, fallo en componentes necesarios para su correcta utilización.• Incumplimiento en las metas planteadas al momento de impartir las clases prácticas y teóricas.
Externos
<ul style="list-style-type: none">• Robos, incendios o desastres naturales.• Incremento del precio de materia prima necesaria.• Nuevas regulaciones que afecten al giro del negocio.

Elaborado por: El Autor

8.2. Monitoreo y control del riesgo

En esta área, se le consignará al Gerente General y Asistente Director la plena responsabilidad de percatarse y tener bajo control cada actividad designada en los respectivos procesos de las áreas de la academia, en el cual

se deberá cumplir de manera obligatoria los estándares de calidad con respecto a la impartición de las clases, teóricas como prácticas, de igual manera el correcto uso de los simuladores, en la manera la cual se pueda perseverar la vida útil de cada equipo. El Gerente General tendrá la tarea de exigir un informe mensual al Asistente Director de las actividades que se hayan realizado durante los procesos ya mencionados, con esto se busca evitar riesgos internos y problemas a largo plazo.

8.3. Acciones correctivas

- En el caso del incumplimiento en las metas de ventas proyectadas, se analizará, posteriormente se diseñará mejoras en las estrategias de promoción de venta, así mismo, se incentivará al área a desarrollar estrategias más dinámicas.
- Accidentes laborales, dentro del desarrollo de la academia existirán charlas informativas sobre el correcto uso y control de las instalaciones, de esta manera se evitarán los accidentes, así mismo el correcto y obligatorio uso del uniforme laboral.
- Daño, falla o deterioro de los simuladores. En este punto será necesario la impartición de clases y charlas informativas acerca del correcto uso de los equipos, maneras en las cuales se deben utilizar, el correcto agarre del mismo y no hacer maniobras que puedan forzar o fatigar los equipos. De igual manera, el mantenimiento correctivo mensualmente será indispensable para poder alargar la vida útil de todos los equipos.
- Incumplimientos en las metas planteadas acerca del sistema de impartición de clases. Se irá monitoreando regularmente la satisfacción de los alumnos, si llegase a ser de inconformidad con los estudiantes se diseñarán planes más dinámicos para que pueda ser más inmersivo la enseñanza, así mismo por parte de los docentes se les estarán dando charlas para mejorar la manera de la enseñanza.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

Capítulo 9

9. CONCLUSIONES

Se puede determinar a través del análisis de viabilidad de una academia para pilotos de carreras profesional la cual esté orientada bajo las normas de la Federación Ecuatoriana de Automovilismo del Ecuador y la Federación Internacional de Automovilismo en la ciudad de Guayaquil, se puede concluir lo siguiente:

- Basado en los resultados obtenidos en la Investigación de Mercado, el servicio tendría la aceptación del público meta, así mismo al ser un servicio innovador podría cautivar al público en general.
- Se determinó en base a la Investigación de mercado realizada que existe un nivel alto de aceptación del servicio académico acerca de la conducción profesional en circuitos en el mercado objetivo, debido a que se puede utilizar como una herramienta de trabajo o así mismo, un hobby para personas adeptas a los automóviles en general.
- Es sustancial determinar la importancia de focalizar fondos inversionistas en el área de marketing para alcanzar los objetivos planteados, teniendo en cuenta las características especiales y nuevas que el servicio brindará al público y a su mercado meta.
- Es fundamental que para el buen desarrollo del proyecto las alianzas estratégicas sean parte de la empresa, y que el posicionamiento del servicio sea como “preferido” por parte de los consumidores potenciales.
- El proyecto desde el punto de vista financiero es atractivo, ya que supera los costos de oportunidad tanto de los accionistas como del proyecto. El VAN es positivo, la TIR supera a la TMAR y el análisis de sensibilidad de variables muestra una relativa solidez del modelo financiero planteado.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 10

10.RECOMENDACIONES

Adicional al desarrollo de la propuesta presentada, para mejoras y crecimiento de la empresa se recomienda:

- Ampliar la línea de servicios, con cursos nuevos, los cuales estén pensados para niños en los cuales se pueda enseñar más acerca del karting o rally raid.
- Expandir el servicio a mercados internacionales en donde el mercado automotriz esté en auge y por ende el fanatismo por los deportes de motor en países latinoamericanos.
- Fortalecer las alianzas con los proveedores de las materias primas y crear convenios, así aprovechando de mejor manera los equipos necesarios.
- Siempre estar a la vanguardia con el crecimiento tecnológico, en el área de simuladores estar atentos al crecimiento que va teniendo el área para la adquisición de los mejores y últimos equipos.
- En un futuro, poder plantear y planificar un área en la cual se pueda construir un área de una pista de carreras para la práctica presencial dentro de la misma academia y no tener que recurrir a pistas que estén en el exterior de la academia, o en lugares alejados de la academia, así mismo, la adquisición de autos diseñados para pista, complementando lo aprendido en el simulador.
- Considerar la repartición de dividendos a los accionistas de la empresa, luego de que el negocio logre consolidarse en el mercado y el flujo de venta sea estable.

CAPÍTULO 11

FUENTES

CAPÍTULO 11

11. FUENTES

ANUARIO-2020-AEADE-1.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2021/06/ANUARIO-2020-AEADE-1.pdf>

ASALE, R.-, & RAE. (s. f.-a). *Academia | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://dle.rae.es/academia>

ASALE, R.-, & RAE. (s. f.-b). *Enseñanza | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://dle.rae.es/enseñanza>

AVAE, E. de C.-. (s. f.). *¿Qué es un conductor profesional? - Escuela de Conductores - AVAE*. Escuela de Conductores - AVAE. Recuperado 28 de agosto de 2021, de <http://www.escueladeconductores.es/ver/1578/que-es-un-conductor-profesional.html>

Boletin tecnico de empleo dic20.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/Diciembre-2020/Boletin%20tecnico%20de%20empleo%20dic20.pdf>

Car and Driver: New Car Reviews, Buying Advice and News. (s. f.). Car and Driver. Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.caranddriver.com/>

Carlos, P. A. L. (2015). *Estrategias de creación empresarial*. Ecoe Ediciones.

CFN. (s. f.). CFN. Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.cfn.fin.ec>

Ciclos de vida de un producto_ eduardo barrios.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de https://www.unpa.edu.ar/sites/default/files/publicaciones_adjuntos/CICL

OS%20DE%20VIDA%20DE%20UN%20PRODUCTO_EDUARDO%20BARRIOS.pdf

Coches, el motor de la sociedad desde sus inicios hasta hoy. (2019, noviembre 12). *Blogthinkbig.com*. <https://blogthinkbig.com/coches-el-motor-de-la-sociedad-actual>

Derechos Intelectuales – Servicios. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/derechos-intelectuales/>

Descubre cómo es el ciclo de vida de un producto [Fases y ejemplos]. (2019, marzo 4). *ThePowerMBA*. <https://www.thepowermba.com/es/business/etapas-del-ciclo-de-vida-de-un-producto/>

Dominios-lineas-de-investigacion.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.ucsg.edu.ec/wp-content/uploads/pdf/sinde/DOMINIOS-LINEAS-DE-INVESTIGACION.pdf>

El arte de pilotar I: Las bases y conducción en seco. (s. f.). SoyMotor.com. Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://soymotor.com/articulos/el-arte-de-pilotar-i-las-bases-y-conduccion-en-seco-910322>

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DOCUMENTAL SOBRE La historia del automovilismo profesional en el ecuador. Autor—PDF Free Download. (s. f.-a). Recuperado 19 de septiembre de 2021, de <https://docplayer.es/45624948-Facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion-documental-sobre-la-historia-del-automovilismo-profesional-en-el-ecuador-autor.html>

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DOCUMENTAL SOBRE La historia del automovilismo profesional en el ecuador. Autor—PDF Free Download. (s. f.-b). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://docplayer.es/45624948-Facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion-documental-sobre-la-historia-del-automovilismo-profesional-en-el-ecuador-autor.html>

Ferrari Driver Academy: The Mission - Ferrari.com. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.ferrari.com/en-EN/fda/mission>

Historia del deporte ecuatoriano. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <http://juanastudilloaviles.blogspot.com/>

Historique – FFSA Academy. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.ffsaacademy.org/lacademy/historique/?lang=en>

IMS-Mobile-Study-Septiembre2016.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.imsincorporate.com/news/Estudios-comScore/IMS-Mobile-Study-Septiembre2016.pdf>

Índice de Precios al Consumidor |. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor/>

Innovación Industria Automotriz. (s. f.). Ekos Negocios. Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/innovacion-industria-automotriz>

Kotler, P., Bloom, P. N., & Hayes, T. (2004). *El marketing de servicios profesionales.* Grupo Planeta (GBS).

LA FIA. (2015, febrero 17). Federation Internationale de l'Automobile. <https://www.fia.com/es/la-fia>

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación | Ecuador—Guía Oficial de Trámites y Servicios. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion>

Ley-Cias.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf

LR-177Diferenciarseomirir.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://recursos2puntocero.com/recursos/bibliotecav/LR-177Diferenciarseomirir.pdf>

Misión, visión, principios y valores – Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.acreditacion.gob.ec/mision-vision-principios-y-valores/>

Montoya Suarez, O. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. Universidad Tecnológica de Pereira, 10(25). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84911685037.pdf>

Murillo—PETER DRUCKER, INNOVADOR MAESTRO DE LA ADMINISTRAC.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634344005.pdf>

Pedros, D. M., & Gutiérrez, A. M. (2012). *Análisis del entorno*. Ediciones Díaz de Santos.

PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Poblete, J. C. (1d. C., noviembre 30). *El automovilismo en el Ecuador*. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/deportes/carburando/automovilismo-ecuador.html>

Posicionamiento_WSFM.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de http://www.mercadeo.com/blog/wp-content/uploads/Posicionamiento_WSFM.pdf

Quiénes somos? (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <http://fedak.com.ec/index.php/comunicados/comunicado-a-clubes/book/2>

Rojas L., M. D. et al. - 2015—*Alianzas estratégicas alternativas generadoras de.pdf.* (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187241606011.pdf>

Salinas Meruane et al. - 2008—*Métodos de investigación social una aproximación .pdf*. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55376>

Sauber lanza su academia de jóvenes pilotos. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://lat.motorsport.com/f1/news/sauber-landa-academia-jovenes-pilotos/4811182/>

Significado de RACING DRIVER en el Diccionario Cambridge inglés. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/racing-driver>

SimRacing: La nueva era del motorsport digital está aquí. (2021, febrero 14). *Revista Car*. <https://revistacar.es/simracing-una-nueva-era-de-la-competicion-automovilistica/>

Simracing, ¿qué es y como iniciarse? (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.rodiautosport.es/blog/simracing-que-es-y-como-iniciarse/>

Sucesosdeportivos. (2017, mayo 17). Quito karting club y ecuador karting academy inauguran escuela de karting. *sucesos deportivos*. <https://sucesosdeportivos.wordpress.com/2017/05/17/quito-karting-club-y-ecuador-karting-academy-inauguran-escuela-de-karting/>

Tecnologías de la Información y Comunicación-TIC |. (s. f.). Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>

Top 5 escuelas para pilotos de autos de carreras. (2016, marzo 6). *Simulador de Carreras*. <https://f1gamerzone.com/top-5-escuelas-para-pilotos-de-autos-de-carreas/>

Vision. (s. f.). *Sauber Group*. Recuperado 28 de agosto de 2021, de <https://www.sauber-group.com/motorsport/sauber-academy/vision/>

CAPÍTULO 12

ANEXOS

CAPÍTULO 12

12. ANEXOS

Nombre del Entrevistado:

Ocupación:

Preguntas:

¿Cuál sería un diseño o estructuración correcta de un proceso de enseñanza para ser piloto de carreras para circuitos o pistas?

¿Qué equipos, instalaciones y artefactos necesarios se necesitan para cumplir con la normativa y brindar un servicio de calidad?

¿Qué reglamentación será clave a seguir para un buen funcionamiento de la academia?

¿Cree usted considerable que el uso de simuladores de gran calidad será fructífero para un buen aprendizaje por parte de los alumnos?

¿Alguna experiencia necesaria al momento de impartir las clases teóricas o prácticas?

ENCUESTA

Edad:

Género: M ___ F___

PERFIL DE CONSUMO

1. ¿Usted es aficionado a los deportes de motor (Carreras de autos, pilotaje de automóviles de carreras)?

Sí No

2. ¿Cuáles son las razones por la que usted es aficionado a las carreras de autos o pilotaje profesional de automóviles de autos?

Hobby Simplemente lo veo

Para ser piloto algún día

3. ¿Qué tipo de deportes de motor ve o consume usted?

Formula 1 Rally Motociclismo Otro

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

4. ¿Considera usted importante la existencia de una academia para pilotos de carreras en la que se mejore de mayor manera la conducción tanto para carretera como para pistas cerradas?

Sí No

5. ¿Qué características consideraría usted más gratificantes al momento de adquirir el servicio de aprendizaje para piloto de carreras?

Innovación Tecnología de punta Clases de calidad

6. ¿Usted estaría dispuesto a ser partícipe de una academia para pilotos de carreras?

Sí No

DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO

7. ¿En qué lugar le gustaría poder comprar el servicio mencionado en la pregunta anterior? Seleccionar una o más opciones.

Redes Sociales

Página Web

Tienda especializada

8. ¿A través de que medio le gustaría poder recibir información sobre el servicio? Seleccionar una o más opciones.

Redes Sociales Anuncios Digitales

Email Radio/Televisión

9. ¿Estaría dispuesto a realizar el curso completo o separado por niveles?

Separado por Niveles

Un curso Completo

PRECIO DEL SERVICIO

10. ¿Cuántos niveles prefiere al momento de adquirir el servicio?

3 Niveles en total

2 Niveles en total

4 Niveles en total

1 Nivel en total

11.11. ¿Si la academia estuviese compuesta de tres niveles cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes niveles de aprendizaje?

Nivel de Introducción

\$300

\$400

\$500

Nivel 2 de Aprendizaje

\$500

\$600

\$700

Nivel 3 de Aprendizaje

\$700

\$800

\$900

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Barreiro Zambrano Raúl Andrés**, con C.C: # **1314616408** autor/a del trabajo de titulación: **Propuesta de creación de una academia para pilotos de carrera profesional bajo las normas de la fedak y la fia en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 16 de septiembre de 2021

f.

Nombre: **Barreiro Zambrano Raúl Andrés**

C.C: **1314616408**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de creación de una academia para pilotos de carrera profesional bajo las normas de la fedak y la fia en la ciudad de Guayaquil		
AUTOR(ES)	Raúl Andrés, Barreiro Zambrano		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Rosa Margarita Zumba Córdova, PhD.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Emprendimiento		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	16 de septiembre de 2021	No. DE PÁGINAS:	131
ÁREAS TEMÁTICAS:	Emprendimiento, Automovilismo, Academia de Conducción		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Academia, Carreras Profesional, Piloto, Técnicas, Aprendizaje		
<p>El presente trabajo de titulación tiene como finalidad desarrollar e impulsar una academia para personas que desean ser pilotos de carrera profesional la cual esté normalizada por la Federación Ecuatoriana de Automovilismo y Kartismo del Ecuador en la ciudad de Guayaquil.</p> <p>La empresa se denomina ECUADORIAN RACING ACADEMY S.A. bajo la marca Ecuadorian Racing Academy Development, el principal enfoque de la propuesta de negocios es darle al cliente una experiencia en la cual pueda desarrollar de manera óptima técnicas teóricas y prácticas sobre conducción en pista o circuitos urbanos con la utilización de simuladores de conducción profesional de primera calidad e inmersión total. El servicio será comercializado a través de las redes sociales, y eventos públicos de automóviles, tales como auto shows que se realicen en la ciudad, se llevará a cabo un plan de marketing en el que se desarrollaran estrategias que permitan posicionar a Ecuadorian Racing Academy Development en la mente del cliente como un servicio de aprendizaje real.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-95314085	E-mail: rabz_1999@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Zumba Córdova, Rosa Margarita		
	Teléfono: +593-94131446		
	E-mail: mr_zumba@yahoo.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			