



UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL

TITULO:

**DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING PARA
ESTABLECER UN NEGOCIO DE GO-KARTS**

TESINA

Para obtener el título de:

LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

Presenta:

BIANCA YAZMIN FLORES NERI

ASESOR DE TESIS:

M.A. DEYANIRA EUNICE CASTELLÓN RIVERA

CLAVE 16PSU0011T ACUERDO No. LIC091108



M.R.

LÁZARO CÁRDENAS, MICH., OCTUBRE 2016

INDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	v
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	viii
JUSTIFICACIÓN	ix
OBJETIVOS	x
CAPÍTULO 1: ESTRUCTURA DE LA EMPRESA	11
1.1 La Gerencia	11
1.2 Descripción de puestos	12
1.3 La Organización de la Empresa	23
1.4 El capital humano	24
1.5 El Producto o Servicio	27
CAPÍTULO 2: LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	34
2.1 Análisis del Mercado	34
2.1.1 Mercado Potencial	34
2.1.1.1 Descripción	35
2.1.1.1.2 Segmentación y volumen aproximado del segmento	35
2.1.2 Mercado Meta	36
2.1.2.1 Justificación del Mercado Meta	38
2.1.2.2 Volumen aproximado y análisis	38
2.2 Competencia	39
2.2.1 Directa	39
2.2.2 Indirecta	39
2.2.2.1 Productos y/o Servicios	39
2.3 Investigación de Mercados	40
2.3.1 Antecedentes	40
2.3.2 Diseño de la Investigación	42
2.3.2.1 Definición de la problemática	42
2.3.2.1.1 Objetivo General de la Investigación	42
2.3.2.1.2 Objetivos Específicos de la Investigación	42
2.3.2.2 Desarrollo del enfoque de la problemática	43
2.3.2.2.1 Tipo de Investigación	43
2.3.2.2.2 Alcance de la Investigación	43
2.3.2.3 Herramienta para la obtención de datos	43
2.3.2.3.1 Encuesta	44
2.3.2.3.2 Medio a utilizar y Justificación	44
2.3.2.3.3 Diseño del cuestionario	45
2.3.2.4 Tamaño de la muestra	46
2.3.2.5 Trabajo de campo	47
2.3.2.5.1 Área geográfica de aplicación	47
2.3.2.5.2 Plan de trabajo en gráfica de Gantt	47

CAPÍTULO 3: ANALISIS ESTRATEGICO DE LA INFORMACIÓN	49
3.1 Propuesta del valor del producto/servicio	49
3.1.1 Factores clave del éxito	49
3.1.2 Diferenciación	50
3.2 Análisis FODA	50
3.3 Oportunidades y retos a vencer	51
3.4 Cinco Fuerzas de Porter	51
3.5 Matriz BCG	53
3.6 Potencial del mercado, del entorno y factibilidad comercial del proyecto	55
3.7 Objetivos a uno, tres y cinco años	55
CAPÍTULO 4: ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX	57
4.1 Estrategia de Mercadotecnia	57
4.1.1 Estrategia de Introducción	58
4.1.2 Estrategia de Crecimiento	58
4.1.3 Estrategia de genética de PORTER	58
4.2 Estrategias del producto o servicio	59
4.2.1 Definición de las características tangibles del producto	59
4.2.1.1 Nombre y Justificación	59
4.2.1.2 Definición de los colores institucionales	59
4.2.1.3 Logotipo y Slogan	60
4.2.2 Descripción de características intangibles	60
4.2.2.1 Uso	60
4.2.2.2 Necesidades que cubre	61
4.2.2.3 Tiempo de prestación del servicio o vigencia	61
4.2.2.4 Garantías y Soporte Técnico	61
4.2.3 Aspectos innovadores del servicio	61
4.3 Estrategias de Precio	62
4.3.1 Precio definido	62
4.3.2 Políticas de precio	62
4.4 Estrategia de publicidad y promoción	62
4.4.1 Plan de Promoción (BTL)	63
4.4.1.1 Medios a utilizar	63
4.4.1.2 Frecuencias	63
4.4.1.3 Duración	63
4.4.1.4 Costos	64
4.4.1.5 BRIEF Publicitario	64
4.5 Estrategia de Plaza	65
4.5.1 Estrategia de distribución y punto de venta	65
4.6 Servicio al Cliente	66
4.6.1 Medición de la satisfacción del cliente	66
4.6.2 Servicio Post-Venta	66
CAPÍTULO 5: ESTRUCTURA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN	68
5.1 Objetivo General	68
5.1.1 Objetivos Específicos	68

5.2 Metas	68
5.3 Estrategias	69
5.4 Planeación	69
5.5 Organización	70
5.6 Dirección	70
5.7 Control	70
CONCLUSIONES	71
BIBLIOGRAFÍAS	73

INTRODUCCIÓN

El presente documento pretende estipular el conjunto de estudios que influyen en la elaboración, análisis, interpretación y evaluación de un plan de negocio, concretamente, la instalación de una pista de go kart en la localidad de Lázaro Cárdenas, Michoacán. Este modelo de negocio deberá funcionar en la realidad, y aunque se han tomado muchas consideraciones técnicas y teóricas, indudablemente, la única forma de saber qué tan exitoso sería este modelo es poniéndolo en práctica.

El producto elegido para implementar en este modelo es el de un servicio de entretenimiento de Go-Karts. Esta elección se basó principalmente en un pequeño estudio al mercado meta. Se detectó que jóvenes y adultos entre 12 y 40 años querían entretenimiento más activo. A diferencia del cine, las compras o los servicios alimenticios, el servicio satisface una necesidad que escasea en Lázaro Cárdenas: entretenimiento activo. Este nicho muy poco explotado en la región representa una oportunidad de innovar.

En el primer capítulo se habla sobre la estructura de la empresa, se explica ampliamente la manera en que está constituida y quiénes forman parte del organigrama, así como también se describen los puestos de trabajo y los perfiles que deben tener quienes los ocupen, conociendo sus funciones, actividades y responsabilidades que tendrán. Parte importante de una empresa es tener fundamentados su misión, visión y valores, por lo que en este capítulo los detallamos. Explico el por qué nuestra empresa es de triple impacto y cómo llevaremos a cabo las estrategias de negocio con el modelo CANVAS.

En el capítulo dos defino qué es la investigación del mercado y la importancia que tiene en éste proyecto. Se detalla quién es mi mercado potencial, quiénes lo conforman y sus características, es parte importante, ya que al tener ese conocimiento logro enfocar mi proyecto a determinado grupo de personas, quienes se convertirán en mi mercado meta. Además incluyo gráficas que muestran la cantidad de habitantes en la localidad, información que me permitió saber el volumen

aproximado de las muestras a realizar, el tipo de investigación que se haría y la herramienta y medio a utilizar, dando esto como resultado el tamaño de la muestra.

El capítulo tres está enfocado en el análisis estratégico de la información, una vez recopilada la información ahora es momento de utilizarla a nuestro favor, ahora determino los factores clave de éxito para mi negocio y explico cómo nos diferenciaremos de la competencia. Además se explica mediante el análisis FODA las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que mi proyecto tiene. A continuación se analizan las Cinco Fuerzas de Porter, lo cual permite diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y contrarrestar las amenazas. De igual manera se analiza la Matriz BCG que permite analizar el ciclo o camino que se considera el negocio seguirá y así trazar los objetivos a uno, tres y cinco años.

En el capítulo cuatro se explican las distintas estrategias a seguir para llegar al éxito, primeramente se analiza la Estrategia de Mercadotecnia, hoy día el internet y las redes sociales son una buena herramienta para todos los negocios. Además se analiza la importancia de manejar promociones atractivas en nuestra introducción al mercado y la implementación de nuevas estrategias conforme vayamos creciendo. Diferenciar nuestro servicio y utilizar otras medidas para estar en más contacto con nuestros clientes. De igual forma en este capítulo definimos el nombre de nuestra empresa, logotipo y la importancia de los colores que utilizaremos estratégicamente. Explico también los tiempos de prestación del servicio, costos, las garantías y el soporte técnico.

El capítulo cinco detalla la estructura del plan de comunicación y promoción a aplicar en nuestra empresa, también se enfoca en los objetivos generales específicos que tenemos, en las metas que deseamos lograr con nuestras estrategias de marketing, cómo planeamos llevarlas a cabo y así publicitarnos por los medios que ya anteriormente se han elegido. También se explica sobre la organización, dirección y control que se necesita para llevar a cabo las promociones y publicidad de la empresa.

Puede llegar a las conclusiones en base a la investigación detallada que se hizo sobre el tema, se analizaron distintas fuentes de información, mismas que están sustentadas en la bibliografía de este proyecto. Considerando que este proyecto es viable pues aparte de ser innovador, la investigación de mercado arroja buenos datos sobre el impacto que el proyecto puede tener en la localidad de Lázaro Cárdenas, Michoacán.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El ritmo de vida en la ciudad es, cada vez, más rápido y ocupado; este hecho es una de las principales causas del estrés. Debido a esto, actualmente se está viviendo un auge de los negocios dedicados al ocio, tiempo libre, entre otros. Los potenciales clientes de actividades de recreo tienen cada vez más, la intención de participar de forma activa en el desarrollo de la actividad, lo que contribuye al fomento de las propuestas del turismo de aventura, deportivo, rural y ecológico.

El estrés es un proceso natural ante las condiciones externas que causan desafíos y requiere de los recursos físicos, mentales y conductuales para hacerles frente, por lo que llega a perturbar el equilibrio emocional de una persona. El entorno está obligando constantemente a adaptarse; y hasta cierto grado una cantidad pequeña de estrés resulta necesaria para dar respuesta a retos y cambios de la vida diaria.

Algo importante por destacar es que no todos responden de igual forma a las circunstancias de la vida; lo que a una persona puede resultarle estresante, quizá a otra le parezca algo insignificante. Cualquier cambio puede generar en el ser humano tensión, pero lo importante es cómo reaccionan ante tal cambio, la manera en la que los interpretan y hacen frente a ellos. No se necesita de situaciones necesariamente intensas, sino del tiempo y la acumulación de ellas.

No existe una solución concreta para el estrés, pero sí se pueden reducir las situaciones que lo provocan. Pueden apoyarse en la familia y hacerles saber la situación, no preocuparse en demasía por situaciones que están fuera de su alcance, hacer ejercicio y buscar momento para recrearse pues esto hará que se liberen de las tensiones por un momento.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto surge de la necesidad de espacios de entretenimiento más activo en Lázaro Cárdenas, debido a que es una Ciudad con gran cantidad de jóvenes en busca de distracción y actualmente no cuentan con ningún espacio igual al planteado en el proyecto, se considera es una gran opción y será muy bien aceptado; además, no únicamente jóvenes podrán visitarlo sino también es un espacio familiar en el que se contará con una cafetería para quien desee tomar un aperitivo mientras se divierte.

Se ha visto la afluencia de las personas a la Plaza Comercial en ésta Ciudad y la mayoría de sus visitantes desean que haya más lugares de diversión, lugares en los que el estrés de la semana en el trabajo o la escuela pueda ser liberado, así como olvidar por un momento la situación de violencia que se vive en la localidad. Las personas podrán rentar los Go-Kart y sentir la adrenalina en la pista, pasar un buen momento, conocer personas y convivir con su familia.

Mediante los estudios realizados a lo largo del presente proyecto se podrá determinar tanto la viabilidad como factibilidad técnica y económica del plan de negocio. Intentando llevar a cabo un proyecto lo más exhaustivo posible, estudiando desde el mercado en el que se pretende embarcar hasta la rentabilidad que se busca obtener, pasando por la demanda que se espera ocasionar, la estrategia a seguir, los puntos fuertes del plan de marketing, el público al que estará dirigido, los servicios secundarios que se desea ofrecer.

Llevar a cabo las estrategias es indispensable para llegar al éxito, además de lograr tener un mejor funcionamiento, colocarse en el gusto de las personas y poder ofrecerles más beneficios a los clientes. En el futuro estas estrategias llevarán a poder implementar nuevos servicios en las instalaciones, además de que escuchar a los clientes será una pieza clave en cada cambio o mejora que realicen.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Generar un diseño de marketing que permita implementar un Go-Karts en la Ciudad Lázaro Cárdenas, en los próximos dos años el cual además de ofrecer el servicio de alquiler de karts para el esparcimiento del usuario, rente también sus instalaciones para la organización de eventos infantiles y sociales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Organizar la empresa de forma estén bien definidos puestos y funciones, así como el perfil de las personas que ocupen esos puestos de trabajo.
- Definir la filosofía de la empresa a través de la misión, visión, valores, políticas de la empresa para tener bien en claro la razón de ser de la misma.
- Mantener alto grado de satisfacción en los usuarios mediante la investigación de sus deseos y necesidades realizando frecuentemente encuestas.
- Lograr en los primeros seis meses contar con por lo menos 50 usuarios concurrentes a las instalaciones.
- Dar a conocer en Cd. Lázaro Cárdenas el nuevo lugar de entretenimiento Go-Karts mediante un plan de marketing, analizando el mercado, generando una estrategia para entrar y mantenerse en el mercado en el año 2020.

CAPÍTULO 1. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA.

La estructura de una empresa está definida como las formas en las que se divide el trabajo en tareas distintas y la coordinación de las mismas.

1.1 LA GERENCIA

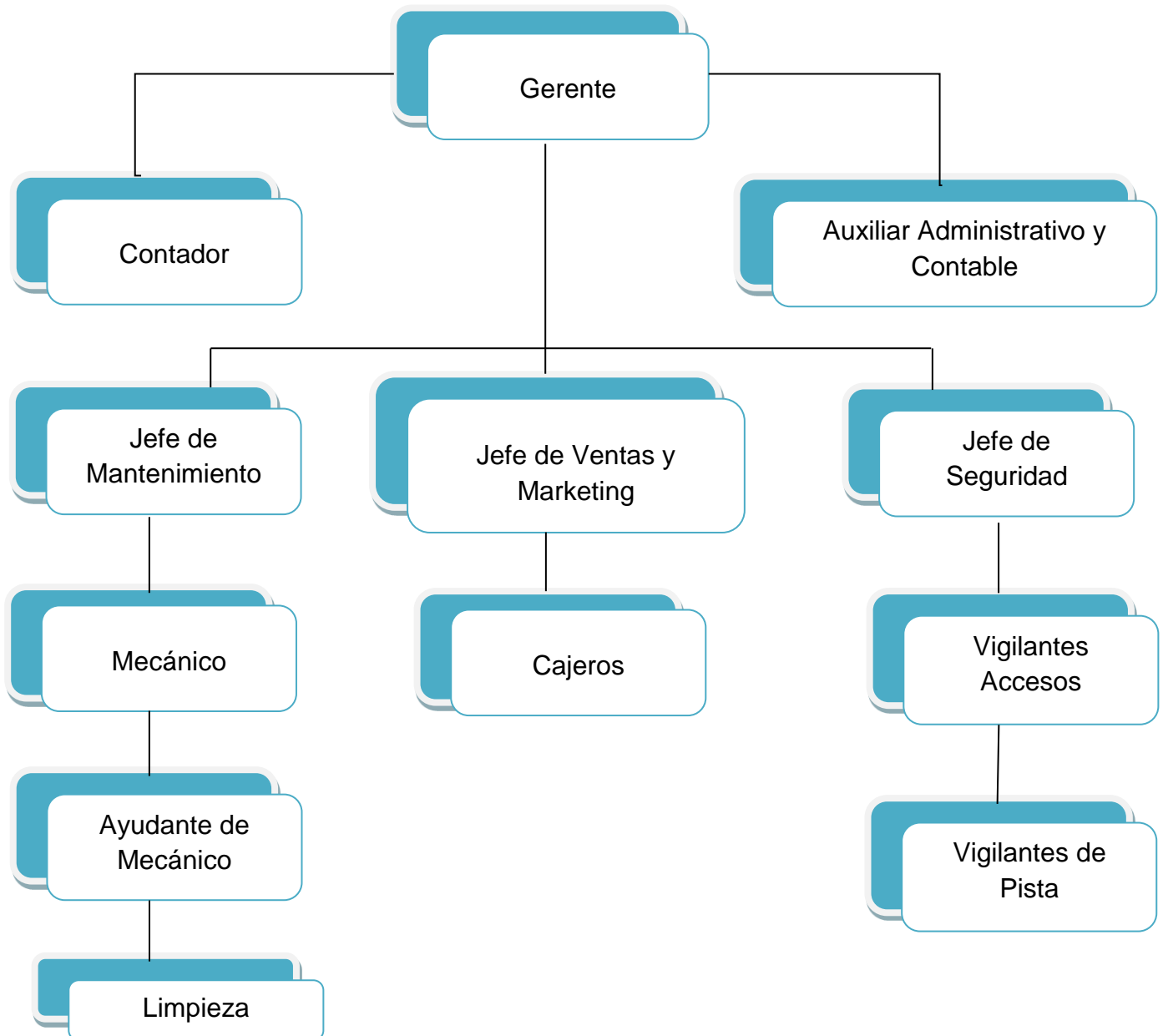


Fig. 1. Organigrama de la empresa.

1.2 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.

a) Nombre del Cargo: Gerente General

Número de personas que ocupan el cargo: 1

Descripción Genérica: Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante jornada de trabajo.

Descripción Específica:

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

Requerimientos de capacidad y habilidad mental: Los requerimientos son planear, controlar, dirigir, organizar, analizar, calcular, deducir; las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, de lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de los subordinados y psicológicas como la empatía, por mencionar algunos.

Requerimientos físicos: Debe tener atención auditiva y visual, en general estar sentado y caminar dentro de la oficina para trabajos de jornada diaria.

Conocimientos y habilidades:

- Idioma: Inglés
- Estudios superiores: Universitarios
- Títulos: Lic. Comercio Internacional, Lic. Administración de Empresas o Afin.
- Estudios Complementarios: Computación, Administración, Finanzas, Contabilidad, Comercialización y Ventas.

Responsabilidad: Toma de decisiones a nivel de conducción general de la empresa, contratar el personal, fijar los precios, realizar reuniones periódicas con el personal para ver posibles mejoras en la empresa y la atención al cliente.

b) Nombre del Cargo: Contador

Número de personas que ocupan el cargo: 1

Descripción Genérica: Colaborar, analizar, proponer los métodos y procedimientos para realizar registros contables, tributarios y financieros de la empresa.

Descripción Específica: Colaborar con la empresa en los aspectos relativos a sus funciones.

Requerimientos de capacidad y habilidad mental: Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo es la capacidad numérica y conocimientos contables, tributarios y financieros.

Requerimientos físicos: Debe tener atención auditiva y visual, en general estar sentado y caminar dentro de la oficina para trabajo de jornada diaria.

Conocimientos y habilidades:

- Estudios superiores: Universitarios y/o técnicos.
- Títulos: Contador Público y Auditor.

- Estudios complementarios: Computación, Finanzas, Contabilidad.

Responsabilidad: Decidir el aspecto contable de la empresa ya que errores en el desempeño de su trabajo pueden afectar la estabilidad de la misma.

c) Nombre del Cargo: Auxiliar Administrativo y Contable

Número de personas que ocupan el cargo: 1

Descripción Genérica: Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la empresa y verificar su adecuada contabilización y liquidación de seguridad social.

Descripción específica:

- Atender de manera ágil, amable y eficaz las llamadas telefónicas.
- Atender a las personal que necesiten información sobre la empresa y sus eventos.
- Mantener actualizados los documentos legales de la empresa y entregar al personal que lo requiera.
- Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social.
- Revisión de la contabilización de los documentos.
- Administrar la papelería y elementos de uso de la empresa, llevando registro en las planillas indicadas.
- Colaboración continua en otras labores asignadas por su jefe inmediato.

Requerimientos de capacidad y habilidades mentales:

- Trabajo en equipo
- Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad.
- Orientación al servicio.
- Trabajo en equipo.

Requerimientos físicos: Debe tener atención auditiva y visual, en general estar sentado y caminar dentro de la oficina para trabajos de jornada diaria.

Conocimientos y habilidades:

- Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- Títulos: Lic. Administración de Empresas y/o Contaduría Pública.
- Estudios complementarios: Computación, Finanzas, Contabilidad.

Responsabilidad: Realizar las actividades administrativas de la empresa para el correcto funcionamiento de ésta.

d) Nombre del Cargo: Jefe de Mantenimiento

Número de personas que ocupan el cargo: 1

Descripción Genérica: Garantizar el correcto funcionamiento de las instalaciones y go karts del establecimiento, a través de su permanente monitoreo, refacción y/o reemplazo.

Descripción Específica:

- Controlar el correcto funcionamiento de los go karts del establecimiento y coordinar las reparaciones con el departamento mecánico.
- Coordinar las reparaciones y operaciones de mantenimiento de la estructura del establecimiento.
- Responsabilizarse del stock, las compras, su conservación y limpieza.
- Confeccionar el plan anual de mantenimientos, elevándolo a la Gerencia General para su aprobación.
- Coordinar los cursos de capacitación de seguridad para todo el personal del establecimiento.
- Establecer las prioridades sobre las reparaciones solicitadas por los diversos sectores.

- Planificar y efectuar las tareas de mantenimiento de pisos, techos y paredes como son: pintura, tratamiento de maderas, etc. Aprobadas por la Gerencia.
- Resolver las urgencias de electricidad, plomería, jardinería y tareas diversas.
- Diagramar los turnos, actividades y tiempos del personal a cargo.
- Realizar informes requeridos por la Gerencia.
- Evaluar las necesidades de compra y mantenimiento de herramientas e insumos.

Requerimientos de capacidad y habilidades mentales:

- Habilidad para inspeccionar jardines, equipos y determinar las reparaciones necesarias en los mismos.
- Dar órdenes e instrucciones en forma clara y precisa de forma oral y escrita.
- Supervisar personal.
- Estimar tiempo, materiales y costos de trabajo de mantenimiento y reparación.
- Tratar en forma cortés y efectiva con personal y clientes en general

Conocimientos y habilidades:

- Técnico Superior Universitario en Mantenimiento Industrial o carrera afín.
- Adiestramiento en Relaciones Humanas.
- Supervisión y manejo del personal.

e) Nombre del Cargo: Mecánico

Número de personas que ocupan el cargo: 1

Descripción Genérica: Orientar y dirigir a su equipo de trabajo para reparar las unidades, utilizando las técnicas, equipos y materiales requeridos para asegurar el correcto funcionamiento.

Descripción Específica:

- Realiza la estimación y selección del material necesario para la ejecución de su trabajo.
- Efectúa el mantenimiento y reparación de sistemas hidráulicos y full inyection.
- Elabora los pedidos de materiales y repuestos en general.
- Verifica y prueba los vehículos una vez terminadas las reparaciones para constatar su funcionamiento.
- Atiende y orienta a su equipo de trabajo (ayudantes).
- Coordina las tareas del personal de menor nivel y grupos de trabajo.
- Elabora reportes periódicos de las tareas asignadas.
- Mantiene limpio y en orden equipo y sitio de trabajo.
- Cumple con las normas y procedimientos de seguridad integral establecidos por la organización.

Requerimientos de capacidad y habilidades mentales:

- Trabajo en equipo
- Responsabilidad con el uso de materiales, equipos y herramientas
- Diagnosticar y Detectar fallas mecánicas.
- Establecer relaciones interpersonales.
- Seguir e impartir instrucciones orales y escritas
- Supervisión básica

Requerimientos físicos: El cargo amerita un esfuerzo físico del trabajador, sentado/parado constantemente, en posición difícil periódicamente, levantar pesos esporádicamente, requiriendo un grado medio de precisión manual y de concentración visual.

Condiciones ambientales y riesgos de trabajo: El cargo se ubica en un sitio cerrado, en un ambiente de calor, generalmente desagradable, con agentes contaminantes, tales como: gases, químicos, grasas. Riesgos: La ejecución del

trabajo está sometida a riesgo de accidente y enfermedad con una magnitud moderada y posibilidad de ocurrencia alta.

Conocimientos y habilidades:

- Estudios superiores: Universitarios, Bachillerato y/o Técnicos.
- Conocimientos en:
 - Mecánica Automotriz
 - Normas de Higiene y Seguridad Integral

Responsabilidad: Es responsable con carácter constante por el uso de materiales, equipos y herramientas, del mantenimiento de los equipos y herramientas de manera directa y con carácter constante así como de la seguridad de otros.

f) Nombre del Cargo: Ayudante de Mecánico

Descripción Genérica: Realizar los servicios de mantenimiento preventivo y correctivo a los go karts, mediante el análisis de las órdenes de trabajo que se presenten, con la finalidad de efectuar las reparaciones correspondientes y que las unidades se encuentren en óptimas condiciones de uso.

Descripción Específica:

- Auxiliar al jefe de departamento mecánico en las actividades a desarrollar, proporcionando el material mecánico necesario para realizar la revisión y operación del go kart.
- Apoyar en identificar las fallas de los go karts a través de una revisión completa de los mismos, a fin de detectar el tiempo de reparación que se requiere.

Requerimientos de capacidad y habilidades mentales:

- Trabajo en equipo.
- Responsabilidad, organización y disciplina.

- Actitud de servicio
- Honestidad
- Cooperación
- Trabajo bajo presión
- Iniciativa

Requerimientos físicos: El puesto amerita un esfuerzo físico de trabajar sentado/parado constantemente, en posición difícil periódicamente, levantar pesos esporádicamente, requiriendo un grado medio de precisión manual y concentración visual.

Conocimientos y habilidades: Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes: Estudios técnicos electromecánico en mantenimiento automotriz o carrera afín.

- Conocimientos básicos en:
 - Mecánica automotriz en general
 - Afinación electrónica (full injection)
 - Mantenimiento preventivo y correctivo de unidades automotrices
 - Compras, inventarios y almacén.
 - Alineación y balanceo.
 - Electromecánica

g) Nombre del Cargo: Jefe de Ventas y Marketing

Número de personas que ocupan el cargo: 1

Descripción Genérica: Desarrollar planes de mercadotecnia que contribuyan significativamente con la generación de más afluencia al establecimiento; crear campañas efectivas de comunicación en medios masivos con altos niveles de persuasión.

Descripción Específica:

- Coordinar y aumentar el porcentaje de afluencia en función del plan estratégico organizacional.
- Reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas.
- Coordinar los planes de trabajo de los cajeros, semanal, mensual y anual.
- Conocer las necesidades de diferentes tipos de clientes.
- Elaborar estrategias comerciales
- Atención al cliente
- Capacitar al personal

Requerimientos de capacidad y habilidades mentales:

- Trabajo en equipo.
- Responsabilidad, organización y disciplina.
- Actitud de servicio
- Honestidad
- Cooperación
- Trabajo bajo presión
- Iniciativa
- Puntualidad
- Actitud de líder

Requerimientos físicos: El puesto amerita esfuerzo físico de trabajar constantemente de pie en atención al cliente, bajo presión algunas veces, supervisar y organizar al equipo de trabajo.

Conocimientos y habilidades:

- Estudios superiores: Lic. Mercadotecnia
- Gusto por las ventas

- Saber manejar a un grupo de personas, formando equipos competitivos y responsables con resultados sobresalientes y mediables.

h) Nombre del Cargo: Cajero (a)

Descripción Genérica: Realizar el cobro eficiente a los clientes.

Descripción Específica:

- Realizar el cobro y entrega de cambio al cliente
- Cooperar activamente con la seguridad y vigilancia de la empresa
- Dar la bienvenida al cliente y saludarlo de acuerdo a las normas establecidas
- Brindar plena satisfacción en el servicio y atención a los clientes, logrando en ellos lealtad y preferencia.
- Actuar con iniciativa ante exigencias o detalles de los clientes.
- Agradecer al cliente su visita una vez que se le haya atendido
- Realizar cortes de caja diarios

Requerimientos de capacidad y habilidades mentales:

1. Trabajo en equipo
2. Responsabilidad, organización y disciplina
3. Actitud de servicio
4. Honestidad
5. Cooperación
6. Trabajo bajo presión
7. Iniciativa
8. Puntualidad
9. Lealtad
10. Dinámico

Requerimientos físicos: El puesto amerita esfuerzo físico de trabajar constantemente de pie en atención al cliente, bajo presión la mayoría de las veces.

Conocimientos y habilidades:

- Estudios: Secundaria/Preparatoria Terminada o Trunca
- Conocimiento en:
- Manejo de efectivo
- Atención al cliente.

i) Nombre del Cargo: Personal de Limpieza

Descripción Genérica: Realizar varias tareas de limpieza para garantizar la higiene de la instalación.

Descripción Específica: Realizará tareas que no se limitan a: trapear, restregar barrer, quitar el polvo, pulir y dar brillo. Entre los lugares que se espera que el empleado limpie, puede mencionarse: baños del personal y clientes, pasillos, pisos, paredes, accesorios de iluminación y rejillas de ventilación, áreas comunes y oficinas.

Requerimientos de capacidad y habilidades mentales: El empleado debe poder realizar las funciones esenciales del puesto con o sin las adaptaciones razonables.

1. Vaciar y limpiar los botes de basura y los barriles.
2. Limpiar espejos y ventanas
3. Quitar el polvo periódicamente de las rejillas de ventilación, las luces y otras áreas.
4. Ser responsable de limpiar las oficinas administrativas.
5. Limpiar el área de la cafetería.
6. La capacidad para trabajar de manera rápida y efectiva sin la necesidad de volver y corregir errores.

Requerimientos físicos: El empleado debe estar en condiciones para estar de pie durante su jornada, agacharse, jalar, mover objetos para realizar la limpieza del lugar.

Conocimientos y habilidades: El empleado debe demostrar periódicamente la capacidad para establecer y mantener buenas relaciones laborales con los colegas y el personal de otros departamentos.

1.3 LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

MISIÓN

Establecer una relación a largo plazo con atención extraordinaria, para ser la primera opción de nuestros clientes, y así mismo convertirnos en los líderes del entretenimiento e instalaciones seguras en la Ciudad.

VISIÓN

En 2020 ser una empresa líder en calidad de servicio, en la región de Lázaro Cárdenas brindando más que un deporte sofisticado, diversión en familia y contar con dos sucursales más.

VALORES

- Honestidad: en el trato, justos y razonables con el cliente.
- Seguridad: cuidar de la integridad de quien visite el negocio.
- Responsabilidad en el Servicio: cumplir con las normas que establece la empresa.
- Pasión e Innovación: dar lo mejor de sí mismos a los clientes, ponerse la camiseta de la empresa.

POLITICA DE CALIDAD

En Go-Karts son un equipo de trabajo en el que las acciones diarias son ejecutadas con elevada vocación de Servicio a los Clientes en la visión de colocarse como la preferencia; dichas acciones las basan en los siguientes principios:

1. *Integridad personal* como expresión de disciplina, orden, respeto, honestidad y entusiasmo.
2. *Creatividad e Innovación al servicio del cliente* como parte del reto diario para el mejoramiento continuo.

1.4 EL CAPITAL HUMANO.

El capital humano es el aumento de la capacidad de la producción del trabajo que se alcanza con mejoras en las capacidades de trabajadores; esto se logra mediante entrenamiento, educación y experiencia. En todas las empresas existen áreas que son fundamentales para el correcto funcionamiento de la misma; Administración General que coordinará todo el proceso de la empresa, así como un Asesor Externo, que mediante sugerencias se les hará saber la manera en la que pueden mejorar el servicio.

El área de Recursos Humanos, es fundamental para el reclutamiento y organización de la empresa, Finanzas que se encarga de coordinar los gastos, pago a empleados y proveedores, el área de Producción, que es donde el producto o servicio se genera y el área de Ventas quien sostiene a la empresa, es el área que no deben descuidar pues es la que trae el dinero a la empresa. Es importante formar líderes y equipos, en los que todos los empleados puedan aportar algo a la empresa, tengan conocimiento de la proyección de la misma, que exista confianza y comunicación.

Estableceré el desarrollo comercial como algo fundamental para la empresa, con metas altas a lograr pero que con esfuerzo y dedicación lograrlo; deben destacar por ser también innovadores, mejorando continuamente el servicio y prestando

atención a lo que el cliente sugiere porque de esta manera pueden ofrecer un servicio que los deje satisfechos y complacidos. Lo primordial es que el equipo de trabajo conozca la visión y objetivos que se tiene como empresa, que se sientan parte de ella y se esfuercen por lograr las metas propuestas; motivarlos para que la productividad de la empresa sea mejor cada día.

Puedo hacer un equipo de alto rendimiento, primeramente ofreciendo la confianza necesaria para estimular y demostrar al empleado que saben que puede lograr los objetivos establecidos, que su aportación es importante, así como también escuchando sus necesidades y sugerencias, permitirle al que tiene mucho conocimiento sobre alguna de las áreas, crecer y compartir con los de más para que de esta forma él forme parte en la innovación del servicio sin necesidad de que se sienta impulsado a irse y ofrecer mejoras a otra empresa.

Actualmente los espacios para esparcimiento son pocos y pequeños, así que pensando en la gran necesidad de establecimientos para la diversión en Lázaro Cárdenas, surgió la idea de este proyecto de una Pista de Go-Karts en el que además de ofrecer seguridad en las instalaciones, diversión, trato amable, promociones y precios accesibles, ofrezco la oportunidad de sentir la adrenalina y que te sientas como un piloto profesional.

Como todo proyecto para lograr tener éxito es necesario que el recurso humano esté capacitado, los empleados conozcan la visión y puedan sentir que es suya también, además de los siguientes procesos:

- Emoción: lograr tocar las emociones de las personas, que sienta la adrenalina con solo pensar en visitar la pista de Go-Kart o al recordar su visita, ya que esto las instará a hablar a quienes aún no la conocen.
- Publicidad: es fundamental para darme a conocer.
- Mantenimiento: mantener en buen estado los carros.
- Pista limpia: mantenerla limpia evitando así accidentes.
- Gasolina: siempre en existencia para evitar

El proyecto es de triple impacto por las siguientes razones:

1. **Valor social:** Se necesita no solo beneficiarse como empresa sino también brindar apoyo a la sociedad, por lo cual, se establecerás dos días al mes en el que sólo se cobrará la mitad del precio más un producto de la canasta básica para crear dotaciones para dar a colonias de Lázaro Cárdenas de muy bajos recursos, hacer también aportaciones de víveres a La Casa del Anciano.
2. **Responsabilidad Ecológica:** Devolver al planeta parte de lo que han obtenido de él, creando un grupo de voluntarios (yo-familia-empleados e invitar a la comunidad) para sembrar árboles, limpiar las calles, realizar visitas a escuelas para hacer conciencia sobre el reciclado de materiales. Como también habrá un espacio para los niños, implementaré karts de batería las cuales cargaré con el uso de paneles solares, cuidando así también el medio ambiente.
3. **Sostenibilidad Económica:** Deben tener solidez como empresa por ello busca colocarse en el gusto de toda la familia ofreciendo más que solo una pista de Go-Karts, para esto se requiere crear promociones por temporadas, innovar el servicio continuamente para mantenerse en el gusto de las personas así como también brindándoles un servicio atento.

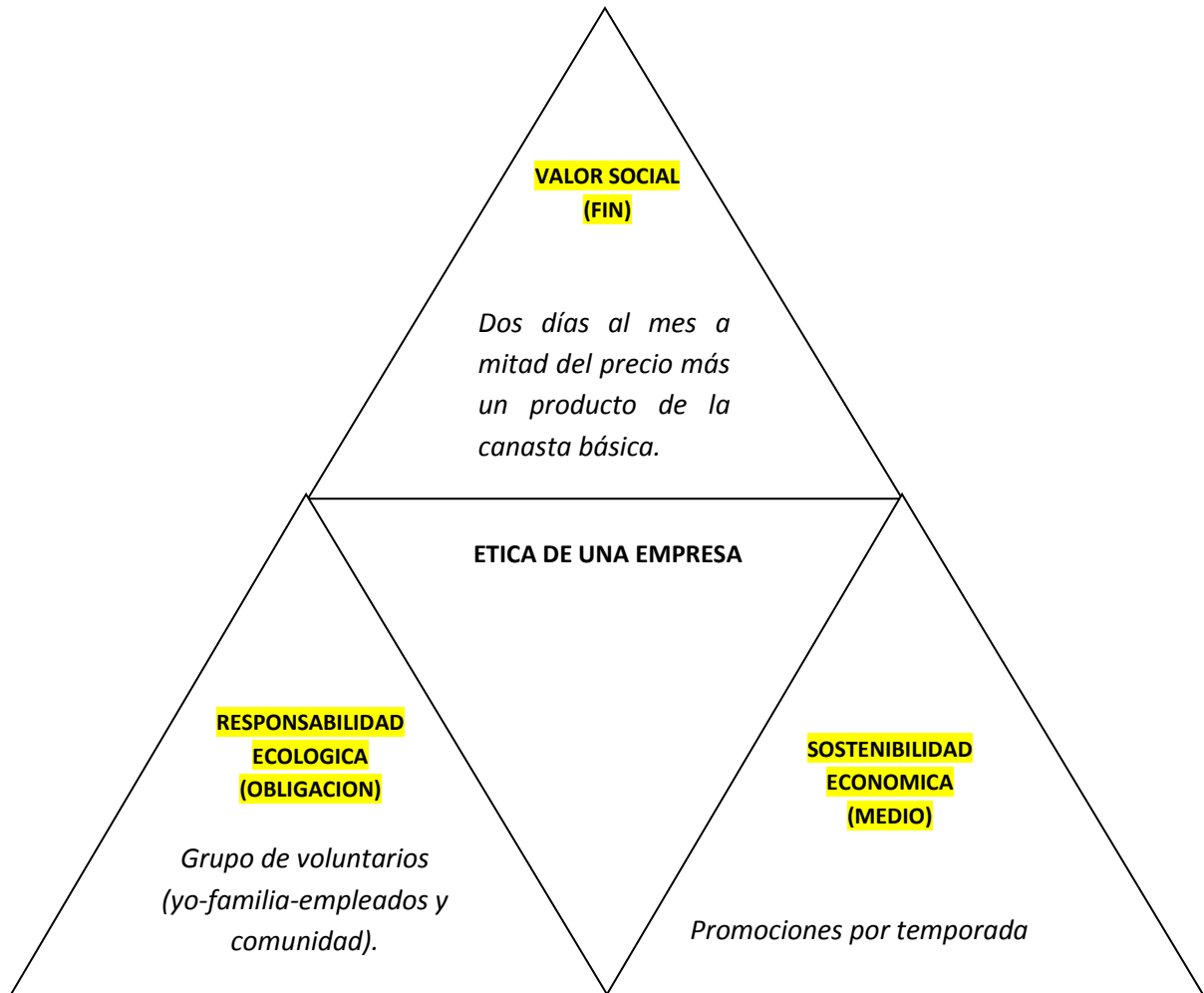


Fig. 2. Modelo de triple impacto.

1.5 EL PRODUCTO O SERVICIO.

Como ya lo había mencionado en el planteamiento del problema, el ritmo de vida en una ciudad es más acelerado y esto genera estrés por lo que es necesario tener momentos de esparcimiento después de las largas rutinas en el empleo, la escuela o incluso en el hogar. Lamentablemente en Lázaro Cárdenas existen pocos lugares de esparcimiento, los que hay son muy pequeños o no muy atractivos, así que decidí establecer una pista de Go-Karts a la cual puedan acudir familias completas para disfrutar de la adrenalina y las emociones que le produzca conducir un go-kart.

Aunque les visitarán familias el cliente perfecto para este tipo de diversión son personas jóvenes, en mayoría hombres entre 25 a 36 años y mujeres de 20 a 30 años, generalmente empleados o con un negocio propio y un ingreso de \$8,000.00 al mes; la mayoría de ellos con auto, que les gusta sentir la adrenalina, de clase media a alta. El mercado en el que se desenvolverá es diversificado ya que también habrá esparcimiento para los niños, siendo también buenos clientes ya que pueden pedir a sus padres que los lleven y así no solo los visitará una persona, sino una familia de cuatro o más integrantes.

Estoy ofreciendo un servicio de entretenimiento enfocado a hombres y mujeres jóvenes con gusto por la adrenalina, establecer esta Pista de Go-Karts en la que brindo seguridad en las instalaciones, un trato amable, buen ambiente, promociones y precios accesibles a los clientes. Haré uso de la publicidad, las redes sociales y anuncios en pantalla para generar en las personas la curiosidad y deseo por conocer las instalaciones, dar atención personalizada y quien los visite debe estar dispuesto a pagar un costo de \$250 por 15 minutos en la pista, para ello y para que el cliente se vaya satisfecho y con deseos de volver, todo el personal estará capacitado, para ser cordiales desde la bienvenida hasta que el cliente deje las instalaciones.

En el caso de las instalaciones, estarán ubicadas en la zona costera; por ser una pista es necesario un terreno amplio y con vista al mar sería excelente para quien les visite. Habrá llantas de contención para la seguridad, los karts estarán en continuo mantenimiento por lo que se tendrá refacciones en existencia y gasolina suficiente para ofrecer buen servicio al cliente. Para mantenerse en el gusto de las personas deben tocar sus emociones, mantenerse en publicidad, tener la pista limpia, esto además evitará accidentes y el mantenimiento a los carros es fundamental.

Los socios clave son los proveedores de karts, proveedores de refacciones, gasolineras y un taller mecánico, es indispensable mantener buena relación con ellos pues eso permitirá poder ofrecer más a los clientes. Establecer la Pista de Go-Kart y

mantenerla requiere de gran inversión por ello deben cuidar a sus clientes. La inversión será aproximadamente de \$ 1,000,000.00, después de esa inversión estarán teniendo los siguientes egresos:

- Sueldos de empleados
- Gasolina
- Mantenimiento
- Hacienda
- Renta

Tabla 1.
Análisis de gastos de la empresa.

	Unitario	Cantidad	Mensual
Gerente	25,000.00	1	25,000.00
Contador	14,000.00	1	14,000.00
Aux. Administrativo	10,000.00	1	10,000.00
Cajeros (a)	6,000.00	4	24,000.00
Mecánico	16,000.00	1	16,000.00
Ayud. Mecánico	8,000.00	1	8,000.00
Renta	5,000.00	1	5,000.00
Luz	4,000.00	1	4,000.00
Agua	300.00	1	300.00

Los ingresos estarán basados en:

- Pagos recurrentes por medio de pagos regulares
- Precios por temporada
- Tarifas de suscripción
- Cobro por publicidad

Propuesta de Valor. A partir de la necesidad de lugares de entretenimiento en la región de Lázaro Cárdenas y de que los pocos que existen son muy pequeños surgió la idea de diseñar un plan de marketing para establecer un negocio de go-karts en el que ofrezco seguridad en las instalaciones, diversión, trato amable, buen

ambiente así como también fuente de sodas, crear promociones y tener precios accesibles.

Segmento de Mercado. Considero como cliente perfecto a jóvenes y adultos, en mayoría hombres entre 20 a 40 años y mujeres de 20 a 30 años, mayormente solteros, empleados o con negocio propio, con ingreso mensual de \$ 8,000.00, clase media a alta, con auto propio y por supuesto, que tengan gusto por la adrenalina. El mercado de un establecimiento como el mío es diversificado ya que hoy los niños pueden convertirse también en clientes, recordar que al querer asistir, deberá ir con su familia, esto generará más afluencia y consumo en las instalaciones.

Relación con Clientes Beneficiarios. El trato será personalizado, ya que será necesario dar la bienvenida a cada uno de los clientes así como también darles las indicaciones de seguridad al utilizar los equipos, con ello, brindar más confianza y comodidad, abriendo las puertas para buenas referencias y próximas visitas.

Canales de Distribución. Aunque lo que el cliente hable sobre el establecimiento será muy valioso también las redes sociales son un buen medio para dar a conocer las instalaciones y lo que le ofrecen al público, actualmente Facebook en un gran canal a utilizar, además de ser gratuito; en la Ciudad está ubicada una pantalla publicitaria frente al Palacio Municipal, también haré uso de ese medio.

Recursos Clave. Para llevar a cabo este proyecto de manera exitosa, es necesario que el recurso humano (empleados) esté capacitado, que tenga conocimiento real del servicio que ofrecer, facilidad de palabra y den trato amable al cliente. Por ser una pista de go-karts requiero de un terreno amplio, ya que lo que atraerá a los amantes de la adrenalina será una pista interesante, por lo que he pensado en establecerla sobre el Boulevard Costero, además del tamaño del terreno, tendrá una vista espectacular y en fin de semana ese tramo es muy concurrido, así que también será otro medio de publicidad.

En cuanto a los karts, además de adquirirlos se necesita contar con refacciones en bodega, para su mantenimiento, contar con suficientes llantas de

contención para resguardar la seguridad de los conductores y gasolina en existencia para estar siempre en óptimas condiciones de dar buen servicio.

Socios Clave. Es importante mantener una buena relación con los proveedores, ya que a mayores oportunidades que ofrezcan así mismo serán oportunidades para los clientes, como: mejores instalaciones, equipos nuevos, entre otros. Para el establecimiento se requiere proveedores de karts, refacciones, una gasolinera con la que establezca un contrato, quizá pueda mejorarse el precio y también un taller mecánico, para ofrecer el mantenimiento a los karts.

Actividades Clave. Me propongo tocar las emociones de los conductores, mantener la pista limpia y dar mantenimiento a los carros, así como estar activa en la publicidad, esto me permitirá crecer, dar buena impresión y provocar que los clientes animen a otros a visitar las instalaciones, son actividades clave para llegar al éxito.

Estructura de Costo: El equipo de trabajo estará conformado por: Gerente (1), Contador (1), Auxiliar Administrativo y Contable (1), Cajero (a) (4), Mecánico (1), Ayudante de Mecánico (1), por lo que en los egresos además de los sueldos de los empleados debo considerar los siguientes gastos:

- Adquisición de equipos
- Construcción de instalaciones
- Gasolina para los karts
- Mantenimiento de instalaciones
- Mantenimiento de equipos
- Alquiler del terreno
- Pago de luz y agua
- Pagos ante Hacienda

Flujos de Ingresos. Quiero generar ingresos además de la renta del kart mediante espacios para publicidad de algunos negocios que lo requieran, crear membrecías que generan pagos recurrentes, tarifas de suscripción y precios por

temporada, por ejemplo en fechas de vacaciones puedo realizar algunas promociones para atraer a más clientes o realizar eventos con patrocinadores.

<p>Recursos Clave (¿Cómo?)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recurso humano capacitado ➤ Terreno amplio ➤ Refacciones ➤ Llantas de contención ➤ Gasolina ➤ Karts 	<p>Socios Clave (¿Cómo?)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proveedores de : <ul style="list-style-type: none"> ❖ Karts ❖ Refacciones ➤ Gasolinera ➤ Taller mecánico 	<p>Propuesta de Valor (¿Qué?)</p> <p>Ofrezco :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Seguridad en mis instalaciones ➤ Trato amable ➤ Buen ambiente ➤ Fuente de sodas ➤ Promociones ➤ Precios accesibles 	<p>Relación con clientes beneficiarios (¿Quién?)</p> <p>Atención personalizada</p>	<p>Segmento de Mercado (¿Quiénes?)</p> <p>Mi cliente perfecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Jóvenes y adultos entre 20 a 40 años. ➤ Mayoría solteros ➤ Empleados o con negocio propio. ➤ Ingreso mensual de \$8,000.00 mínimo. ➤ Con auto ➤ Clase media a alta ➤ Aficionado de deportes extremos <p>Mercado diversificado</p> <p>También puede estar orientado a los niños.</p>
<p>Actividades Clave (¿Cómo?)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Emoción ➤ Publicidad ➤ Mantener limpia la pista ➤ Mantenimiento a karts 	<p>Canales de Distribución (¿Quién?)</p> <p>Redes sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Facebook ➤ Instagram <p>Anuncios en pantalla</p>			
<p>Estrategia de Sostenibilidad (¿Cuántos?)</p>				
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sueldos de empleados ➤ Gasolina ➤ Mantenimiento ➤ Hacienda ➤ Renta ➤ Luz ➤ Agua 		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pagos recurrentes por medio de pagos regulares ➤ Precios por temporada ➤ Tarifas de suscripción ➤ Cobro por publicidad 		

Fig. 3. Modelo CANVAS:

CAPÍTULO 2. LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.

Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo (Muñiz, 2016). El capítulo de estudio de mercado busca establecer la oportunidad que ofrece la región de Lázaro Cárdenas para determinar la necesidad de una pista de Go-karts, como modo de recreación o tiempo de entretenimiento para los habitantes del sector y sus alrededores; la información obtenida ayudará a tomar decisiones para la empresa.

2.1 ANÁLISIS DEL MERCADO.

La actuación de la empresa va dirigida a un amplio mercado, las actividades de ocio atraerán a los jóvenes y adultos entre 20 y 44 años de Lázaro Cárdenas. Al realizar el análisis del mercado identificaré las oportunidades que tendrá la pista de Go-Karts, así como también permite conocer el tamaño y composición del mercado. No centrarse únicamente en el análisis de cifras de población que, si bien asegura la permanencia de la potencial clientela, no lo fijan. Por tal motivo, en el análisis se incluirá el estudio de los datos económicos que afectan a dicha población.

Lázaro Cárdenas tiene los mejores salarios del estado (Periódico digital, Lo de hoy en el puerto, 2013) aunque esto no implica que exista el mayor número de cotizaciones, actualmente la mayoría de los jóvenes tiene un empleo estable y dedican tiempo al entrenamiento en sus momentos de descanso.

2.1.1 Mercado Potencial.

El mercado potencial del servicio que ofrezco está compuesto por toda la población joven y adulta de la región de Lázaro Cárdenas, que reúne las características ya antes mencionadas y que guste de deportes extremos. De

acuerdo a datos del INEGI al 2015 la población en Lázaro Cárdenas era de 183,185 habitantes (INEGI, 2015).

2.1.1.1 Descripción.

Hombres y mujeres amantes de las emociones y la adrenalina pueden visitarles. Personas a las que les gusta vivir nuevas experiencias y está en busca de nuevas formas de entretenimiento. Cuando la siguiente etapa del proyecto se realice, que incluye crear un espacio para los niños con karts recargables, esa parte del mercado potencial no solo incluirá a los pequeños debido a que no pueden asistir solos, sino que incluyo a la familia completa con lo que traerán más afluencia al establecimiento.

2.1.1.2 Segmentación y volumen aproximado del segmento.

Como empresa es necesario que conozca el mercado para adaptar la estrategia de marketing a los requerimientos de éste; el mercado está formado por multitud de personas con características y comportamientos distintos por lo que dividiré el mercado en grupos para así partir hacia el mercado meta.

Tabla 2.
Segmento del mercado al que se dirige la empresa.

Segmento del mercado a dirigir	
Segmentación Geográfica	
País	México
Estado	Michoacán
Ciudad	Lázaro Cárdenas
Segmentación Demográfica	
Edad	Entre los 20 a 44 años
Sexo	Masculino y Femenino
Estado Civil	Mayoría solteros
Segmentación Psicográfica	
Ingresos	Ingreso mensual de \$8,000.00 o más para el rango de 25 a 44 años, para los de 20 a 24 años se aplica el rango de padres con ingresos superiores a \$10,000.00
Clase Social	Media a Alta
Personalidad	Amantes de los deportes extremos
Segmentación Conductual	
Intensidad de Consumo	Consumidor regular
Volumen de Consumo	Frecuencia al menos bimestral
Motivación de compra	Práctica del deporte, diversión, ocio.
Beneficio esperado	Buen estado de la pista y servicios adicionales
Frecuencia de compra	Semanal, Mensual, Semestral y Anual

2.1.2 Mercado Meta.

El mercado meta es la parte del mercado disponible al que la empresa desea dirigirse. Para el caso específico del proyecto, se considera que el mercado disponible son hombres jóvenes con edad de 20 a 44 años. Para determinar el mercado meta para el proyecto, tomo en cuenta los siguientes lineamientos:

- Excluir a la población de 0-9 años de edad porque no cuentan con la capacidad para manejar un kart, además de que entra en asuntos de la seguridad en el establecimiento.
- Excluir a la población de 45 años y más, porque es poco probable que tengan gusto por la adrenalina.

- En la figura 1 se muestra estadística de habitantes en Lázaro Cárdenas por INEGI.

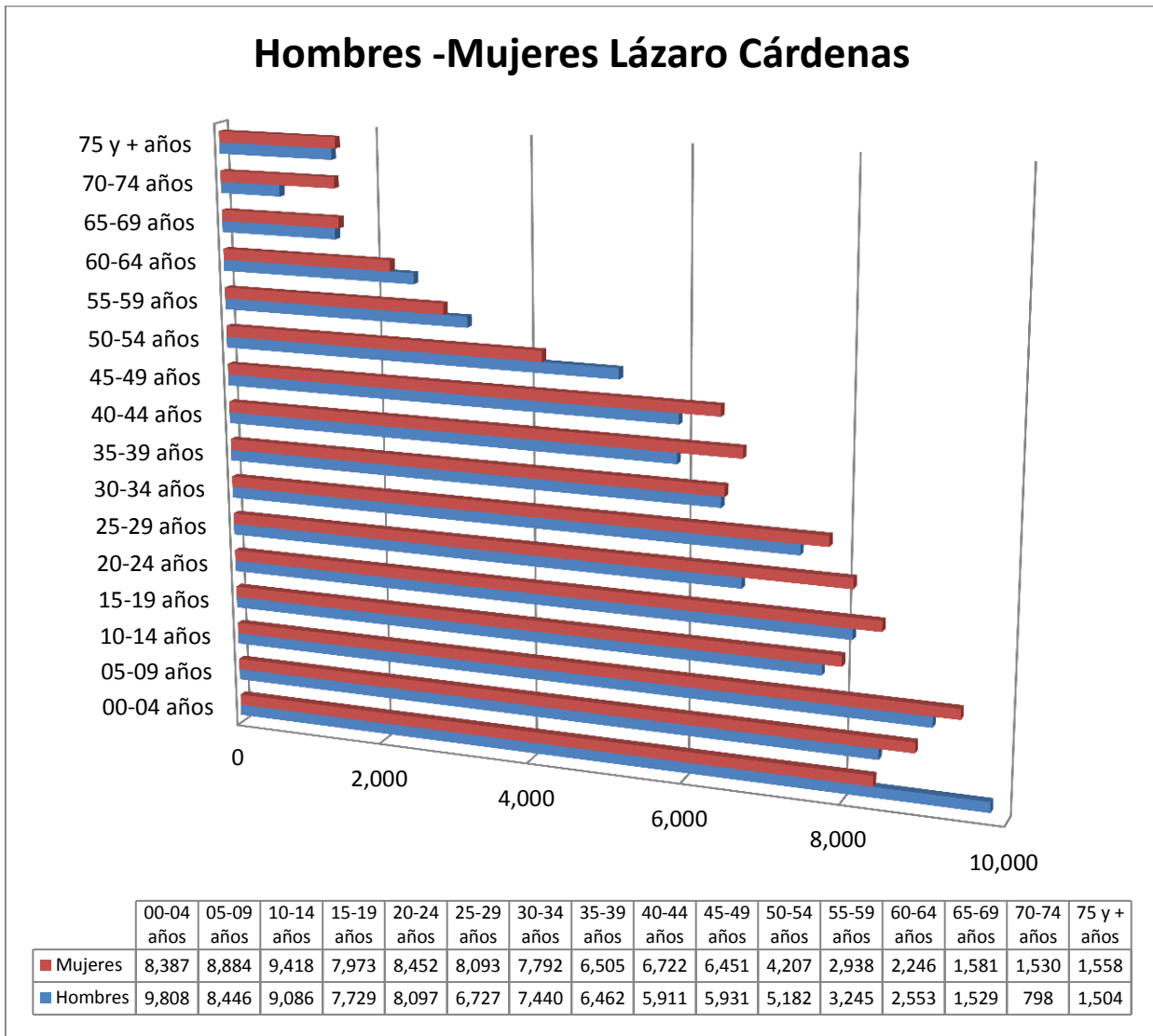


Fig. 4. Habitantes por edad y sexo

En la figura 2 se muestra el total de la población en Lázaro Cárdenas de acuerdo a Tabulados de la Estadística Intercenal 2015 del INEGI.

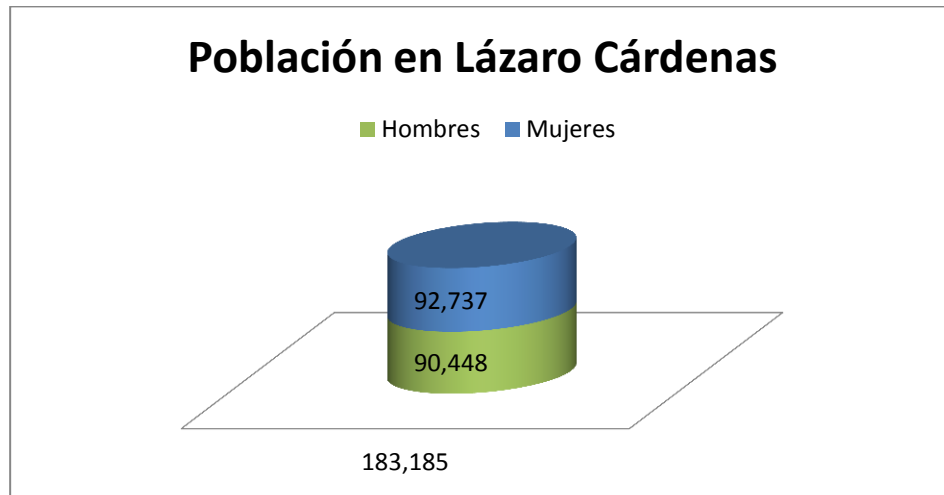


Fig. 5. Total de habitantes por sexo.

2.1.2.1 Justificación del mercado meta.

El proyecto que se presenta nace de la evaluación y la necesidad de más establecimientos de entretenimiento en Lázaro Cárdenas, ofrezco el servicio de Pista de Go-Karts porque actualmente no cuentan con ninguna empresa dirigida a este tipo de entretenimiento en el que hombres jóvenes que quieran vivir nuevas experiencias, sentirse por un momento como verdaderos profesionales tendrán la oportunidad de vivirlo.

Generalmente en Lázaro Cárdenas a las personas les gusta conocer nuevas cosas, vivir la adrenalina, esperan más lugares de entretenimiento por lo que se enfoca este proyecto a ese grupo de personas en su mayoría hombres jóvenes, con un empleo estable y posibilidades de pagar entretenimiento de éste tipo.

2.1.2.2 Volumen aproximado y análisis.

Basándose en la Figura 4 anterior, puedo decir que el mercado al que estoy dirigiéndome es amplio, Lázaro Cárdenas tiene gran cantidad de hombres jóvenes que sin duda vivirán la experiencia. Aproximadamente la mitad de la población son

hombres y mujeres jóvenes que pueden ser el mercado meta por llenar ciertas características establecidas anteriormente.

2.2 COMPETENCIA.

La competencia se constituye de empresas que oferten servicios similares a los que la pista de Go-Karts otorgará, pero existen dos tipos de competencia: Directa e Indirecta.

2.2.1 Directa.

La competencia directa se define como las empresas o personas que ofertan servicios similares en calidad, valor agregado y precios a los que el proyecto ofrecerá, en el sector de Lázaro Cárdenas, no existe competencia de dicha índole.

2.2.2 Indirecta.

La competencia indirecta son las que por su objeto y misión no ofertan productos similares o que por su tamaño no son comparables con los que la empresa a implementar ofertará, además de la ubicación, pues los competidores se encuentran a distancia considerable del Boulevard costero.

2.2.2.1 Productos y/o Servicios

Cinemex/Cinépolis. Presentan información sobre cartelera, salas, películas en exhibición y mucho más. Pueden acudir desde niños de 3 años a adultos de todas las edades. Presentan entretenimiento variado y muy atractivo para familias completas.

Centro Comercial Plaza las Américas. Ofrece la oportunidad de visitar varios centros comerciales, zapaterías, boutique, neverías y pequeñas áreas de entretenimiento. Tiene establecimientos para pasar un rato agradable en familia o con amigos y es muy concurrida.

Maquimac. Ofrece arcada de video juegos, centro de entretenimiento en general, también hace redención de tickets y premiso, palomitas y helado suave, tiene su principal afluencia de jóvenes y niños.

Campos de Gotcha Paintball. Aquí los asistentes pueden convivir en un espacio abierto, haciendo una actividad física en grupo (entre amigos o familia). Representa una oportunidad para hacer trabajo en equipo, crear una estrategia para ganar un juego y también disfrutar de una alternativa de entretenimiento diferente.

Cada participante está dotado de un arma con balas de goma (para eliminar al adversario) y está protegido con peto y careta. Lo más importante aquí es la estrategia de cada grupo para no sólo superar al rival, sino también los obstáculos del espacio: trampas, trincheras, cuerdas, árboles, pantanos, arbustos, entre otros. En paintball se utilizan marcadoras accionadas por aire comprimido para disparar pequeñas bolas rellenas de pintura a otros jugadores. Los jugadores alcanzados por las bolas de pintura son eliminados.

2.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

La investigación de mercados es una herramienta que permite recopilar datos que posteriormente serán interpretados para conocer cómo será la aceptación del proyecto.

2.3.1 Antecedentes.

El deporte del karting nace durante el mes de Marzo de 1951 en una base de aviación de Estados Unidos. Durante un fin de semana de permiso de los soldados allí destinados, y delante del aburrimiento que les producía el estar fuera de servicio, algunos de ellos tomaron la decisión fabricar algo que les pudiera hacer disfrutar de las pistas de aviación que tenían, el resto fue fácil, tubos de calefacción soldados, ruedas de colas de avión, un motor de corta-césped y el volante de un antiguo avión en desuso les bastó para hacer un *go-kart*. Así nacía el karting. Eran unos aparatos muy rudimentarios que justo podían alcanzar los 50 km/h.

Fue en los años 60 cuando este deporte se introdujo en Europa a través de Francia e Inglaterra. Los años 70 fueron primordiales en España; de la mano del entrañable Jorge Fuentes, hoy mecánico y preparador de Masalles, y de otros “valientes” el karting nació en este país, siendo hoy uno de los deportes que más campeones ha dado en el mundo del motor. (Motor, 2016).

En la región de Lázaro Cárdenas, no se han establecido pistas de go-karts pero actualmente en el estado de Michoacán existe un Kartódromo en Morelia salida a Pátzcuaro. El Paintball nace en Estados Unidos en 1981. Gurnsey, Noel y Gaines lo crearon al ver unas pistolas que lanzaban pintura para marcar ganado. La primera partida de Paintball fue en junio de 1981. Desde entonces, poco a poco ha ido creciendo. (Sites México, 2014). Aunque no hay este tipo de entretenimiento en Lázaro Cárdenas, en el estado existen por lo menos 13 campos de gotcha establecidos.

Tabla 4.
Empresas que ofrecen el juego de gotcha en Michoacán.

Los Encinos Gotcha	Charo
Ecokarani Gotcha	Morelia
Divertiolas Gotcha	Gabriel Zamora
Explora Iricuaro Gotcha	Pátzcuaro
Fear Gotcha Morelia	Morelia
Gotcha Nueva Italia	Múgica
Centro Ecoturístico Jimajku K’utuk’uarhu Gotcha	Aguila
Gotcha Apatzingán	Apatzingán
Warzone Morelia	Morelia
Centro Ecoturístico Tzaráracua Gotcha	Uruapan
Gotcha Killer Zone	Morelia
Zirahuén Forest & Resort Gotcha	Morelia

2.3.2 Diseño de la investigación.

La investigación para este proyecto se llevará a cabo mediante información primaria que obtendrán de encuestar personalmente al mercado meta, la principal razón por la que se eligió este método es porque quiere conocerse las emociones de las personas implicadas, desean analizar sus expresiones y tomar en cuenta los comentarios que aporten ya que la pista de go-karts tiene la finalidad de tocar emociones en los clientes, así que al ya conocerlas mediante el trabajo de campo hará prevenirse y adaptar el proyecto lo más cercano posible al cliente.

2.3.2.1 Definición de la problemática

Generar nuevos espacios de esparcimiento ya que en Lázaro Cárdenas no existen muchos lugares de entretenimiento y los que hay son muy pequeños, por lo que he pensado en este proyecto que principalmente será la atracción para los jóvenes amantes de la adrenalina y el automovilismo.

2.3.2.1.1 Objetivo General de la Investigación

A través de la investigación de mercado, deseo conocer cuál es la necesidad de entretenimiento, qué esperan de él y cuál será la aceptación.

2.3.2.1.2 Objetivos Específicos de la Investigación

- Ofrecer un mejor servicio que satisfaga sus necesidades
- Corregir y diseñar el proyecto.
- Ofrecer entretenimiento sano, un producto nuevo y aventurero
- Ser un punto de reunión para la familia.
- Identificar una demanda real y el nivel de aceptación de las actividades planeadas.
- Conocer el potencial de crecimiento de este nicho de mercado y rentabilidad esperada.

- Identificar las variables que influyen en la población para realizar y acceder a dicha actividad.

2.3.2.2 Desarrollo del enfoque de la problemática

Durante este proceso es importante tener presentes los objetivos. Los resultados de este proceso de elaboración son el marco teórico objetivo, los modelos analíticos, las preguntas de investigación, la hipótesis y la especificación de la información que se necesita.

2.3.2.2.1 Tipo de Investigación

He decidido llevar a cabo una investigación mixta (cualitativa y cuantitativa) porque no solo quiero obtener números sino también conocer más sobre las necesidades de los jóvenes y adultos de Lázaro Cárdenas, además de que la investigación cualitativa y cuantitativa tiene relación entre sí (Ruiz Medina, 2011):

1. Observan y evalúan.
2. Derivado de la observación y evaluación crean ideas.
3. Demuestran el grado de fundamento de dicha idea.
4. Analizan las ideas en base a pruebas o análisis.
5. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las ideas; incluso para generar otras.

2.3.2.2.2 Alcance de la Investigación

La investigación de este proyecto es Descriptiva porque permite evaluar el comportamiento y los hábitos de los posible clientes, es importante que se defina el alcance que se desea tener ya que en base a esto se sabrá cuál estrategia utilizar.

2.3.2.3 Herramienta para la obtención de datos

Se pueden obtener datos utilizando gran diversidad de técnicas y herramientas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales

pueden ser: entrevistas, encuestas, cuestionarios, la observación y el diccionario de datos.

2.3.2.3.1 Encuesta

Es una investigación que se realiza a una muestra en representación al total del mercado meta, mediante esta se hacen interrogatorios con la intención de obtener mediciones cuantitativas de gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (Universidad de Sonora, s.f.). Mediante esta obtener datos de interés sociológico interrogando a los miembros de una población, por ello es de vital importancia realizarla en este proyecto, ya que también interesa conocer cada punto de vista de los encuestados, ver sus expresiones al escuchar cada pregunta y así mismo deducir si en realidad será un cliente potencial para el servicio que se le ofrece.

2.3.2.3.2 Medio a utilizar y justificación

La realización de encuestas será presencial, emplear a un grupo de 4 personas para llevarlas a cabo; el motivo es que no solo interesa conocer los números sino también conocer la actitud de la gente respecto al servicio, ver si su rostro refleja emociones que puedan indicar si es posible que se convierta en cliente. Además el encuestado hará comentarios que pueden tomarse en cuenta para la mejora de este proyecto, igual tomar en cuenta sus opiniones será de gran beneficio.

2.3.2.3.3 Diseño del cuestionario

<p>Buen día, llevo a cabo un estudio de mercado sobre el efecto que tendría una Pista de Go-Karts en la ciudad.</p>	<p>Encuesta N° _____ Encuestador: _____ Fecha: _____</p>									
<p>INSTRUCCIONES: Conteste marcando con una "X" la respuesta.</p>										
<p>1.- Si existiera una pista de Go-Karts en Lázaro Cárdenas, asistiría a divertirse?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Nota: En caso de que su respuesta sea NO, favor de no continuar con la encuesta</p>										
<p>2.- ¿Qué actividades realiza los fines de semana o días feriados?</p> <p>Ver TV <input type="checkbox"/> Practicar deportes <input type="checkbox"/> Reunión Social <input type="checkbox"/> Viajar <input type="checkbox"/> Ir de paseo <input type="checkbox"/> Otra: _____</p>										
<p>3.- ¿Cuál otra actividad le gustaría que hubiera para realizar?</p> <p>R: _____</p>										
<p>4.- ¿Con qué frecuencia Usted visita lugares de diversión?</p> <p>Siempre <input type="checkbox"/> Algunas veces <input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Regularmente <input type="checkbox"/> Casi nunca <input type="checkbox"/></p>										
<p>Realizaremos la renta karts para uso de nuestra pista; contaremos con fuente de sodas y salón de eventos; con propuesta a implementar más actividades como ciclismo y clases de karting.</p>										
<p>INSTRUCCIONES: Ordene de Mayor a Menor</p>										
<p>5.- De las siguientes actividades, ¿cuáles realizaría en nuestro establecimiento?</p> <p>_____ Ciclismo _____ Tomar clases de Karting _____ Eventos Sociales _____ Divertirse manejando un kart</p>										
<p>6.- ¿Cuánto tiempo invierte Usted o su grupo de amigos en diversiones?</p> <p>R: _____</p>										
<p>7.- ¿Cuánto está dispuesto a invertir en diversión de este tipo?</p> <p>R: _____</p>										
<p>INSTRUCCIONES: Conteste marcando con una "x" la respuesta.</p>										
<p>8.- Si existiera la Pista de Go-Karts en Lázaro Cárdenas, ¿con qué frecuencia nos visitaría?</p> <p>Semanalmente <input type="checkbox"/> Mensualmente <input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Quincenalmente <input type="checkbox"/> Diario <input type="checkbox"/></p>										
<p>9.- ¿Está Usted interesado en asistir la Pista de Go-Karts?</p> <p>Muy interesado <input type="checkbox"/> Quizá <input type="checkbox"/> Definitivamente nuca <input type="checkbox"/> Interesado <input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/></p>										
<p>10- Si existiera la pista de Go-Karts en Lázaro Cárdenas, ¿qué servicios adicionales desea que ofrezca?</p> <p>Pista de ciclismo <input type="checkbox"/> Fuente de Sodas <input type="checkbox"/> Escuela de Karting <input type="checkbox"/> Pista para niños <input type="checkbox"/> Salón de Eventos <input type="checkbox"/> Otro: _____</p>										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">Sexo</td> <td style="width: 35%;">M</td> <td style="width: 35%;">F</td> </tr> <tr> <td>Edad</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Domicilio</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>		Sexo	M	F	Edad			Domicilio		
Sexo	M	F								
Edad										
Domicilio										

2.3.2.4 Tamaño de la muestra.

Se determinó el tamaño de la muestra utilizando la fórmula infinita tomando en cuenta que el mercado meta es de 72,201 habitantes (hombres y mujeres) que oscilan entre 20 y 44 años; este procedimiento tiene en cuenta el nivel de confianza expresado en un grado de confianza del 99% con valor de 2.576 y el margen de error de 5%.

Fórmula:
$$n = \frac{Z^2 * P * (1-P)}{K^2}$$

Donde:

- **n**= Tamaño de la muestra.
- **Z**= Número de unidades de desviación típica en una distribución normal que va a producir el grado de confianza deseado.
- **P**= Proporción de individuos de la población que cumple determinada característica.
- **1-P**= Proporción de individuos de la población que no cumplen una determinada característica.
- **K**= Es el error muestral que están dispuestos a admitir entre la proporción de la población y la proporción para el nivel de confianza que se ha fijado.

Desarrollo:

$$n = \frac{2.576^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{6.635776 * 0.5}{20.0025}$$

$$n = \frac{1.658944}{0.0025}$$

n = 663.5576 El tamaño de la muestra es de 664 personas.

2.3.2.5 Trabajo de campo.

El trabajo de campo es una de las diversas facetas de la investigación, en este proceso se obtiene de forma directa datos de fuentes primarias de investigación, me permite conocer directamente las necesidades del mercado y saber lo que piensan, sus opiniones, lo cual beneficiará para mejorar el servicio.

2.3.2.5.1 Área geográfica de aplicación

Recopilar la información en lugares concurridos por el mercado meta, como es Plaza Las Américas y Malecón de Las Artes, son lugares que en Lázaro Cárdenas jóvenes y adultos visitan en su mayoría los fines de semana.

2.3.2.5.2 Plan de trabajo en gráfica de Gantt

Tabla 5.
Plan de trabajo de la empresa.

ACTIVIDAD	PERSONAL ENCARGADO	PERIODO DE REALIZACIÓN
Aplicar encuestas	Encuestadores contratados	01 al 31 de Enero 2017
Ordenar Información	Gerente General	01 al 28 de Febrero 2017
Alquilar el terreno	Gerente General	01 al 05 de Marzo 2017
Construcción de Instalaciones	Gerente General	10 de Marzo al 30 de Septiembre 2017
Adquisición de equipos	Gerente General	01 de Octubre al 30 de Noviembre 2017
Publicidad para promover la pista	Gerente General	01 de Noviembre al 01 de Diciembre 2017
Reclutamiento de personal	Gerente General	25 de Noviembre al 15 de Diciembre 2017
Apertura de Pista	Gerente General	01 de Enero 2018

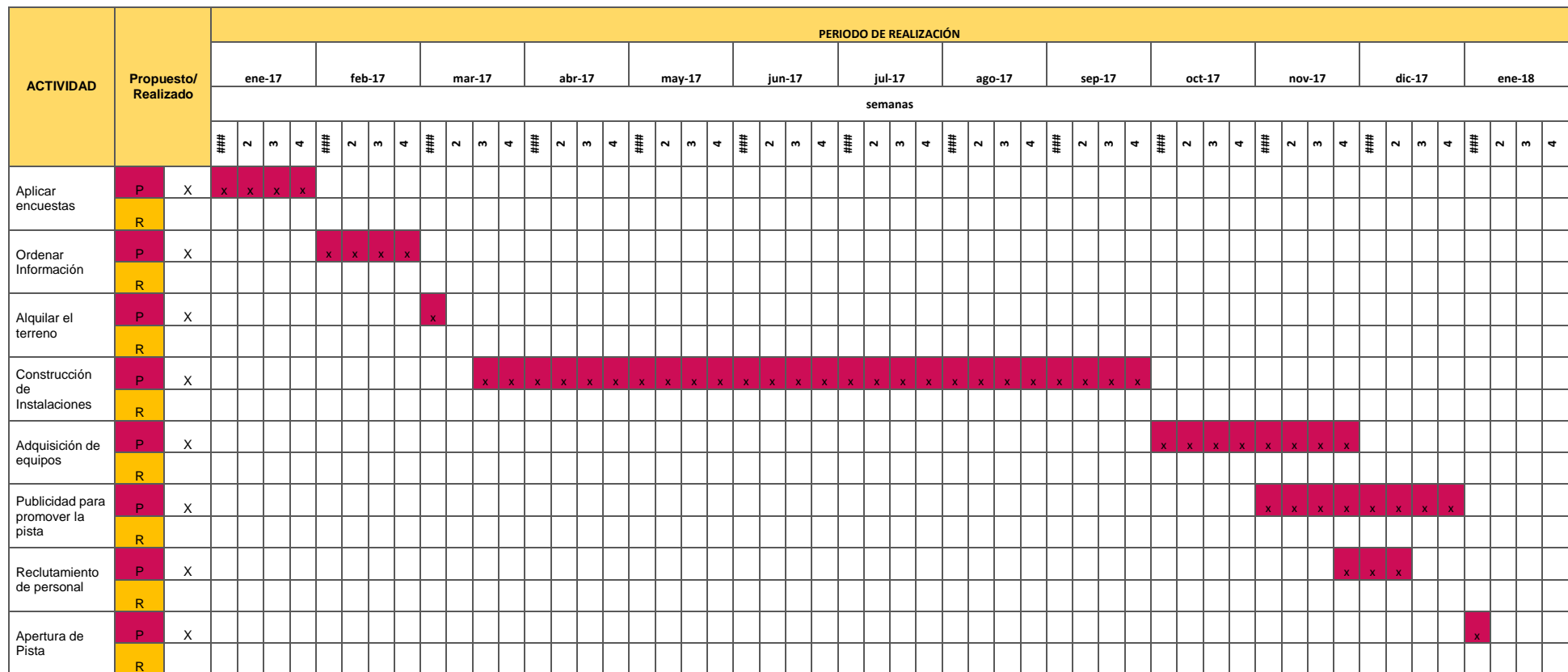


Fig. 6. Gráfica de Gantt.

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA INFORMACIÓN.

El análisis de múltiples fuentes de datos e información tiene hoy en día un gran potencial al servicio de la planificación estratégica, de la organización disruptiva de procesos o de la reformulación de aspectos clave de negocio.

3.1 PROPUESTA DEL VALOR DEL PRODUCTO/SERVICIO.

La pista de Go karts es única en su tipo de entretenimiento además de que se esforzarán por dar atención personalizada. La diversión y satisfacción del cliente es lo primordial para todos por lo que ofrecen innovación continua, promociones y todo lo que implique vivir una experiencia única en el establecimiento. Algo muy interesante es que en este establecimiento no solo obtendrá un beneficio de la comunidad sino que aportará también algo a ella mediante actividades y campañas de limpieza, así como también recolecta de víveres para donar a asociaciones civiles.

3.1.1 Factores clave de éxito.

En esta parte del plan de viabilidad, se va proceder a analizar cuáles son los fuertes en los que se basa la clave del éxito del negocio. Dichas claves son:

- Ubicación, por estar en la orilla de la playa el lugar es fresco y con linda vista.
- Terreno amplio que permite tener una gran pista y buena distribución.
- Instalaciones modernas y seguras, esforzarse por tener la mayor seguridad en el establecimiento.
- Precios accesibles
- Karts nuevos y modernos
- Instalaciones para eventos sociales en las que por el alquiler que se haga puedo incluir algún alimento y sorpresas.
- Alquiler de la pista, existe la posibilidad de alquilar el circuito completo para actividades.
- Excelente servicio al cliente

- Asociación con otras empresas

3.1.2 Diferenciación.

Hoy en día, la diferenciación del servicio por medio del conocimiento de los mismos es un pilar indispensable para el éxito del negocio. No pueden vender un servicio si los colaboradores no lo conocen y no saben las diferenciaciones del servicio con respecto a otros.

Para tener un nivel superior en el servicio al cliente deben educar y capacitar al personal con los mensajes claves que quieren brindar al cliente sobre la empresa. De esta forma podrán brindar la misma calidad del servicio y mantener estándares de comunicación con el cliente, siempre idénticos, entre los establecimientos y entre los colaboradores. Actualmente la pista de karts es única en la localidad por lo que el servicio es muy diferente a cualquier establecimiento de entretenimiento, pero aun así pueden diferenciarse en lo que respecta a la atención al cliente.

3.2 ANÁLISIS FODA.

El análisis FODA (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades) aplicado a este proyecto empresarial es el siguiente:

Debilidades:

- *Prestaciones generales*, siempre que se implanta un nuevo producto, pueden darse casos de mal funcionamiento en el desarrollo cotidiano de las actividades, debido a una planificación incorrecta.
- *Fallos técnicos*, suele ocurrir en las primeras fases de producción.
- *Son nuevos entrantes en el mercado*, todavía no tienen un nombre consolidado en el mercado.
- *Pista abierta*, las instalaciones serán al aire libre y el sol puede ser un factor que les afectará siempre.

Amenazas:

- *Mercado*, el mercado actual de ocio es muy agresivo, y están marcado por las tendencias y las modas.

Fortalezas:

- *Efecto novedad del producto*, el producto es nuevo y se comercializa en un mercado desconocido en la región de Lázaro Cárdenas.
- *Facilidad de acceso a las instalaciones*, las vías de acceso son inmejorables.
- *Ubicación de las instalaciones en Boulevard Playero*, permite contar con espacio amplio y cómodo

Oportunidades:

“La principal oportunidad que aprovecha este servicio para su comercialización, es que es pionera en este tipo de actividades de ocio en Lázaro Cárdenas, en una ubicación sin competencia y con un mercado en expansión”.

3.3 OPORTUNIDADES Y RETOS A VENCER.

La pista de go karts será la primera establecida en la localidad, lo que me brinda la oportunidad de colocarme en el gusto de los jóvenes y familias en busca de entretenimiento diferente, innovador; a su vez, esto puede también implicar un reto ya que en comparación con otros entretenimientos el precio será más alto, estará en un sitio solitario y por no tener conocimiento en él, algunos lo verán como actividades a realizar únicamente para hombres. El reto es posicionarse en el mercado por la actividad que ofrecen, destacarse por las instalaciones y el servicio.

3.4 CINCO FUERZAS DE PORTER.

El denominado Método de las Cinco Fuerzas de Porter es muy ventajoso a la hora de llevar a cabo la descripción de las cinco fuerzas que intervienen en la

estrategia competitiva de una empresa, y de esta forma, como éstas afectan a su rentabilidad.

Las cinco fuerzas consideradas dentro de una industria son:

1. Competencia actual o rivalidad entre competidores.
2. Amenaza de ingreso de nuevos competidores.
3. Amenaza de aparición de servicios sustitutos.
4. Poder de negación de los consumidores
5. Poder de negación de los proveedores.

Con ésta herramienta puede diseñarse estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y contrarrestar las amenazas.

1. Competencia actual o rivalidad entre competidores. En la zona actualmente no existe competencia igual o parecida a la que ofrezco en la pista de karts.

2. Amenaza de ingreso de nuevos competidores. Están localizados en el puerto y actualmente se está haciendo un puerto turístico por lo que cabe la posibilidad de que lleguen más empresas de ocio, que ofrezcan un servicio igual o similar a este, posiblemente campos de gotcha y actualmente enfrentarse a los cinemas ya establecidos, plazas comerciales en las que ofrecen entretenimiento.

3. Amenaza de aparición de servicios sustitutos. En lo concerniente al mundo del ocio y del entretenimiento, los hábitos de los clientes cambian por diferentes factores: época del año, si el ocio es en grupo, en pareja o solo, edad, sexo, debido a la situación económica actual buscan precios más económicos, entre otros. Algunos factores de éxito para la práctica de este deporte y gracias a los cuales el karting posee un nicho importante en el sector del ocio son: lo divertido de practicar, no siendo necesario un aprendizaje intensivo para adquirir cierta destreza y poder así disfrutar con su práctica y no es necesaria una gran preparación física, ya que no es exigente.

4. Poder de negociación de los consumidores. Dentro de la zona de Lázaro Cárdenas, las instalaciones se localizarán en el Boulevard Costero. Generalmente, y por la situación económica, en el ocio un incremento de precios influye de manera negativa en los ingresos totales de las empresas. El aumento de precios provoca pérdidas de clientes y hace caer la curva de demanda en picado.

En este caso, ante el incremento de precios, los clientes pueden escoger entre ir al circuito o realizar otro tipo de ocio o actividad. Considerar por tanto el precio un factor importante para lograr público. El poder de negociación de los clientes es muy alto, hecho que los lleva a perseguir el objetivo de satisfacer al máximo a la clientela. El llegar a conseguir grupos de clientes fieles, mediante la realización de un esfuerzo continuo para conseguir un lugar único donde disfrutar y sentirse a gusto, sería importantísimo para la empresa.

5. Poder de negociación de los proveedores. El negocio principal que estoy analizando no se basa en la venta de productos y no existirá un poder de negociación de los proveedores muy elevado. Sin embargo, para conseguir karts y las piezas de repuesto y mantenimiento de los mismos, deberán llegar a distintos acuerdos con la empresa que hayan elegido.

3.5 MATRIZ BCG.

Para analizar el negocio y su evaluación utilizo esta herramienta, de carácter más comercial, basada en las siguientes variables:

- Participación del mercado.
- Crecimiento de la demanda.

En el gráfico siguiente se define el ciclo o camino que se considera el negocio seguirá.

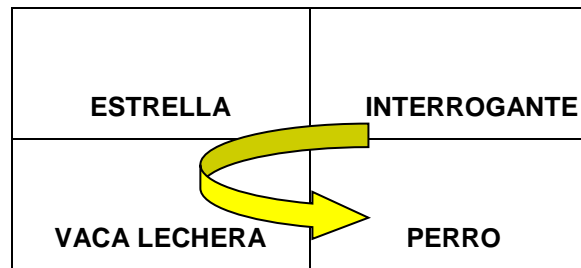


Fig. 7. Modelo de Matriz BCG.

1) Interrogante: La pista de Go Karts puede ubicarse en este cuadrante, durante la etapa de introducción o lanzamiento. Se comienza a operar en un mercado donde, y según la tendencia, la demanda es creciente. En esta etapa es importante que haga publicidad del negocio para que las personas lo conozcan.

2) Estrella: En esta segunda etapa, se han aplicado estrategias para la captación del público meta. Se realizan grandes inversiones para obtener las preferencias del cliente y enfrentar a la competencia existente.

3) Vaca Lechera: A pesar del crecimiento de la demanda, la oferta, tiene tendencia a saturar el mercado en el largo plazo. En tal caso con la participación de mercado captado en la etapa anterior y reforzando, por periodos, algunas de las estrategias; puede obtenerse altos márgenes de rentabilidad.

4) Perro: Mediante la innovación, modificación de estrategias, comunicación, cambios y adaptación de las ofertas al público, pueden mantenerse y adaptarse a los gustos, preferencias y necesidades de los consumidores meta y así alargar más la etapa de vaca lechera y no caer en ésta en la que puede decirse que el negocio no ya es productivo.

3.6 POTENCIAL DEL MERCADO, DEL ENTORNO Y FACTIBILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO.

Consumo anual del mercado = (Consumo Anual de Producto/ServicioX por familia) * (Cantidad de Familias)

Consumo Anual de Producto/ServicioX por familia = (Flujo de dinero anual por familia) * (Propensión al consumo)

Flujo de dinero anual por familia = Sueldo promedio x 13

Cantidad de Familias = Cantidad de habitantes en la localidad / 4

Desarrollo:

Consumo anual del mercado= $13,570.83 * 45,796 = \underline{621,489,730.68}$

Consumo anual de Productos/Servicio"X" por familia= $150,787 * 0.09 = \underline{13,570.83}$

Flujo de dinero anual por familia= (NSE D+) $11,599 * 13 = \underline{150,787}$

Cantidad de familias= $183,185/4 = \underline{45,796.25}$

Mediante este proceso conocen que la cantidad de familias en Lázaro Cárdenas es de 45,796.25 y el consumo anual del mercado es de 621,489.68.

3.7 OBJETIVOS A UNO, TRES Y CINCO AÑOS.

A nivel de proyecto espero que la pista de karts tenga un gran impacto en el deporte y ocio de Lázaro Cárdenas. Pondrán empeño, hacer las cosas con pasión y tomar conciencia de algunas cosas vitales, como por ejemplo ser ordenados, limpios y al mismo tiempo cumplir con las normas de seguridad que impone el transitar por un circuito. Las reglas se cumplirán en un 100%.

Se ve proyectada en un año con clientes leales que frecuentemente hacen uso de las instalaciones, creciendo día a día y convirtiéndome en el principal lugar de entretenimiento en Lázaro Cárdenas.

En los próximos tres años, se considera ya tener competencia, por lo que mejorarán las estrategias, logrando atraer a los clientes y aun siendo la primera opción para la diversión.

En cinco años compito con los establecimientos de entretenimientos, ya que no seré la novedad como al principio y con competidores del mercado, las estrategias se siguen reforzando y mejorando, pero aún teniendo aproximadamente el 60% del mercado.

CAPÍTULO 4. ESTRATEGIAS DEL MARKETING MIX.

El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, este término fue creado por McCarthy en 1960 y es utilizado para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. En el desarrollo del proyecto de la pista de Go kart se verá la aplicación de estos elementos.

4.1 ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA.

La mayoría de negocios ubicados en el sector del ocio la publicidad es esencial en los inicios, gracias a ella conseguir dar a conocer a la empresa en cuestión. Actualmente existen infinitas formas de darse a conocer, por lo cual seleccionaron las más adecuadas. También es evidente, que una vez el centro esté asentado, el peso de la publicidad disminuye frente a otros factores.

Cada vez son más las empresas que se lanzan al mercado del ocio, sin embargo puede observarse cómo muchas de ellas dejan de lado aspectos tan importantes como olvidarse de los más pequeños de la casa. No olvidarse de la importancia de la localización de las instalaciones, se encuentra en el Boulevard Costero, punto que generará un gran número de visitantes, donde toda la unidad familiar puede disfrutar del ocio, sea cual sea la concepción que tengan del mismo.

Sin lugar a dudas, la fidelidad de los clientes será la mejor forma de comunicación con el entorno, además de la más barata. La clientela satisfecha con el servicio repetirá en el futuro y además sus buenas opiniones influirán en muchas personas de su entorno. Uno de los mayores retos será alcanzar un importante nivel de fidelidad, aprovechando el denominado de boca en boca. Para cumplir el reto la empresa se implica en ofrecer mayores cánones de calidad, atención, seguridad y continua innovación, para mantener el atractivo frente a clientes habituales.

Hoy en día, el auge de Internet y las redes sociales para todos los sectores es importante, herramienta que brinda beneficios a un coste no muy elevado. Inicialmente se creará una página en Facebook con todos los detalles. Precios,

horarios, imágenes, cómo llegar, promociones y eventos especiales, por mencionar algunos. Una vía que utilizaré para darme a conocer y lograr un hueco en el mercado gracias a Internet, será ofrecer descuentos y promociones a través de Facebook. Además de que continuamente estaré subiendo imágenes, videos, diferentes promociones y descuentos. Mediante esta publicidad pueden conseguir afluencia de muchos clientes, una vez llegados a este punto la fidelidad de los clientes es clave, para ellos se ofrecerá calidad y atención sin igual.

4.1.1 Estrategia de Introducción.

Además de ofrecer el servicio de entretenimiento, también contarán con un salón para eventos y fuente de sodas, de esta manera pueden asistir familias y realizar otra actividad que no sea el karting. Las promociones que emplearán serán atractivas para atraer a más clientes y hacerlos que se sientan acogidos será la principal estrategia del establecimiento.

4.1.2 Estrategia de Crecimiento.

Inicialmente, no se considera la expansión del negocio como uno de los objetivos principales. Sin embargo, la ilusión y las ganas con la que se va a emprender este sueño me conducen al optimismo y no se descarta la apertura de futuras pistas en distintos lugares. Del mismo modo, si todo ocurre según lo esperado, teniendo éxito, se contempla estudiar la posibilidad de implantar nuevos servicios en fases sucesivas.

4.1.3 Estrategia genérica de PORTER.

Diferenciación del Producto o Servicio. Aunque no existe otra pista de kart en la localidad, el servicio personalizado los diferenciará de todos los demás lugares de entretenimiento, ya que el personal que labore en el establecimiento estará capacitado continuamente para recibir a los clientes de manera atenta, amable y acogedora; generalmente buscan un buen trato en cualquier establecimiento al que recurren, por ello se ha pensado en diferenciar el servicio de esta manera.

4.2 ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO O SERVICIO.

La primera modalidad será el servicio de atención on-line, por chat al cliente principalmente para hacer reservas o ayuda con los servicios de la página. Es de vital importancia el buen seguimiento y control de los estándares establecidos. Se permitirá que los clientes lleven el ritmo del servicio y se brindará la información que cada cliente solicite.

4.2.1 Definición de las características tangibles del producto.

Estas características tangibles, como su nombre lo indica puede ser palpable a los sentidos como lo son el peso, forma, color, textura, entre otros. Se puede decir también que de esta mezcla de elementos o características depende la aceptación del producto en el mercado, estos elementos deben ser debidamente aplicados para que el producto tenga una imagen o apariencia positiva en el mercado. El consumidor no solo compra un producto para satisfacer una necesidad específica sino que sean agradables al utilizarlo y representa valores afectivos.

4.2.1.1 Nombre y Justificación.

Se decidió que no se tenían los suficientes recursos para posicionar el producto con un nombre específico, además un producto de comparación heterogéneo generalmente no se pide por la marca. Por lo tanto opté por el nombre de **“Go-Karts Adrenalina”**.

4.2.1.2 Definición de los colores institucionales.

Una de las cosas más importantes a la hora de crear una empresa es elegir muy bien sus colores institucionales. El color institucional es el que los representará, ya que está presente en el logotipo, los rótulos y carteles, la señalización corporativa, tanto exterior como interior. Los expertos han demostrado que cada color tiene una identidad propia, que produce sensaciones en la persona que lo está observando. El color que define la empresa será la primera carta de presentación, ya que producirá un impacto inicial en los clientes (Llabrés, 2011)

Se ha optado por los colores rojo y amarillo por lo siguiente:

- *Rojo*: representa energía, fuerza y pasión. En marketing se usa para llamar la atención y estimular la mente de los consumidores. También para transmitir un mensaje de energía.
- *Amarillo*: entusiasmo y juventud; se relaciona con el sol y la luz. En una empresa puede representar creatividad, energía y juventud.

4.2.1.3 Logotipo y Slogan.



“Aquí seguro hay un semáforo que te emocione”

Fig. 8 Logotipo y slogan de la empresa.

4.2.2 Descripción de características intangibles.

La pista de go karts se caracteriza por brindar diversión a toda la familia, permite la convivencia familiar, a la vez que los amantes de la adrenalina podrán correr como lo hacen los profesionales. Encontrarán una pista para los pequeños de la casa, una fuente de sodas en la que podrán pasar un gran momento y si desean realizar algún evento, contar con salón de fiestas y manejar paquetes atractivos.

4.2.2.1 Uso.

Ofrecer un servicio de entretenimiento para todos los amantes de la adrenalina ya sean hombres o mujeres que tengan la necesidad de sentir las emociones a flor de piel, que después de largas horas de trabajo deseen darse un momento de diversión, además áreas para la convivencia familiar en la que podrán comprar paquetes si son clientes fidelizados.

4.2.2.2 Necesidades que cubre.

La pista de Go karts cubre la necesidad de entretenimiento de hombres y mujeres jóvenes que después de rutinas de trabajo o escuela buscan un momento de relación y disfrute con amigos o familiares.

4.2.2.3 Tiempo de prestación del servicio o vigencia.

Los horarios que manejarán en el establecimiento, tanto de la pista como de la fuente de sodas, son los siguientes:

- Lunes a Jueves 2:00 pm a 11:00 pm
- Viernes a Domingo 10:00 am a 12:00 pm

4.2.2.4 Garantías y Soporte Técnico.

Investigar a profundidad todos los elementos que son necesarios para el funcionamiento y desarrollo del proyecto así como la tecnología asociada al mismo, sus características y cualidades. Como proveedor de un servicio de alquiler de una pista, los repuestos de los carros y sus elementos para el funcionamiento de estos son los insumos así como la gasolina y tener el equipo completo para trabajar será lo esencial. La seguridad se implementará al 100% en las instalaciones, ya que desean garantizar la integridad de los clientes.

4.2.3 Aspectos innovadores del servicio.

De por sí por no existir otra pista de go karts en la región de Lázaro Cárdenas ya están innovando en el entretenimiento, pero una vez establecidos, se encargarán de tener lo más nuevo en karts, en ofrecer un mejor servicio cada día y en innovar también en los precios, promociones e instalaciones.

4.3 ESTRATEGIAS DE PRECIO.

En cuanto al precio, para los servicios de pista se fijará precios similares al precio promedio del mercado para servicios de características similares en cuanto a calidad comparado con otros establecimientos en Lázaro Cárdenas.

4.3.1 Precio Definido.

No se hará un cobro por entrada a las instalaciones, teniendo la seguridad de que quien les visite rentará alguno de los karts y hará uso de la fuente de sodas. Manejar promociones y tener un precio accesible basado en el mercado meta y el nivel socioeconómico de la región.

Renta:

Karts (10 años en adelante) = \$ 175.00 por 10 minutos

Kartitos (6 a 9 años) = \$150.00 por 10 minutos

4.3.2 Políticas de Precio.

Para la comodidad de los clientes, los pagos podrán realizarlos en efectivo o con tarjeta de debito y crédito, en temporada de vacaciones realizar la promoción de aplicar el 20% del descuento si presentan su credencial de estudiante. Un día al mes manejar el 50% de descuento en la entrega de un producto de la canasta básica.

4.4 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.

La publicidad se convirtió en un importante propulsor de la demanda cuando la tecnología hizo posible la producción y difusión de los bienes en masa. La publicidad ha contribuido al desarrollo del mercado de masas y a consolidar las marcas que representaban una calidad uniforme a buen precio. Actualmente, en los mercados maduros han proliferado muchas marcas similares, y las promociones han ganado protagonismo. Las promociones hacen que una marca poco conocida llame la

atención; ayudan a orientarla hacia segmentos específicos; y estimulan sus ventas en periodos concretos (Tellis & Redondo, 202).

4.4.1 Plan de Promoción (BTL).

Se utilizarán distintos medios que se encuentren al alcance del mercado meta, las redes sociales como Facebook y YOUTUBE donde podrán subir fotos y videos de las instalaciones y de las actividades que se están realizando; se permitirá que el público interactúe en la página de Facebook y puedan compartir sus experiencias y fotos en el muro.

4.4.1.1 Medios a utilizar.

Utilizar el internet como medio publicitario, lo cual requiere de un equipo de cómputo y de una persona que esté manejando las redes sociales, que lo haga de tal forma que atraiga a más clientes. Además utilizar spots publicitarios en la pantalla que se ubica frente al Palacio Municipal ya que está en un lugar céntrico y por el que todos pasan.

4.4.1.2 Frecuencias.

Los spots se harán diariamente durante los primeros meses de inauguración del establecimiento, posteriormente se harán dos veces al mes y durante el periodo de vacaciones se harán 3 veces a la semana. En cuanto a las publicaciones en Facebook serán actualizadas diariamente.

4.4.1.3 Duración.

Durante todo el año estar dando publicidad a la pista de go kart pero en periodos de vacaciones y cuando se vayan a realizar algunos eventos.

4.4.1.4 Costos.

El tipo de publicidad que deseo manejar sí tiene un costo medio, por lo que debo utilizarlo de la mejor manera.

Pantalla gigante profesional de led

\$ 600.00 por semana

Publicidad individual \$ 300 por hora

4.4.1.5 BRIEF publicitario.

Fecha de elaboración:	Nombre Campaña:	La nueva diversión de Lázaro Cárdenas
	Medio a utilizar:	Redes sociales y Pantalla LED Gigante

Nombre del Proyecto

Pista de Go Kart

Descripción del proyecto

Dar a conocer a la población de Lázaro Cárdenas de la existencia de un lugar de entretenimiento en la región, diseñado para experimentar emociones y pasar un rato agradable en compañía de amigos y familia.

Objetivos de comunicación

Lograr desarrollar el interés en las personas para ir y divertirse a nuestras instalaciones de manera distinta a como lo han venido haciendo.

Target específico

Adultos jóvenes (hombres y mujeres) que amen la adrenalina.

Calendario / Fechas clave (en las que será publicado y duración de la campaña)

Inicio del proyecto: 01/01/2017

Fecha de inicio en campaña: 01/11/2016

Fecha de fin de campaña: 25/02/2017

Tiempo total en circulación: Periodos vacacionales.

Tono de comunicación

Usaré tono demostrativo ya que me interesa vender mi servicio, así que usando imágenes o videos mostraré lo que ofrezco al público, además de usar colores llamativos.

Materiales requeridos, medidas y formatos de salida

Utilizaremos un muro en Facebook en el que publicaremos las promociones, videos e imágenes de la pista de go karts

Logos, marcas e imágenes a incluir / Restricciones a considerar.

Pista de Go Kart

Imagen: Kart en la pista

Color: Rojo y Amarillo.

Alcance de la campaña para este anuncio (área geográfica de aplicación).

Deseo que no solo en la región de Lázaro Cárdenas se de a conocer sino también sus alrededores y que la red social Facebook me permita llegar a muchas ciudades de la República y deseen visitarnos.

4.5 ESTRATEGIA DE PLAZA

La plaza o distribución es uno de los componentes del marketing mix. Un canal de distribución es un conjunto de empresas o individuos que facilitan el traslado o acceso de un producto desde el fabricante hasta el consumidor final. Un intermediario es la empresa o individuo que ayuda a llevar el producto al consumidor o usuario comercial.

4.5.1 Estrategia de distribución y punto de venta.

La pista de Go karts se ubicará en el Boulevard Costero de esta ciudad, contará con un amplio espacio para las actividades planeadas a realizar. El acceso es fácil además de que mucha gente lo transcurre en fines de semana, lamentablemente hoy las personas ante tanta delincuencia viven temerosas de salir a divertirse. Para la construcción de la pista se requiere una superficie de terreno aproximado de 20,000 m² con el objetivo de ofrecer buen servicio al cliente y un cómodo espacio incluyendo el estacionamiento.

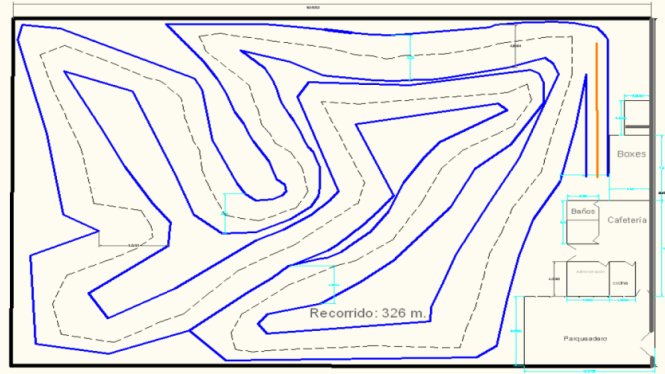


Fig. 9. Plano de distribución de la pista de Go karts.

4.6 SERVICIO AL CLIENTE.

Atención personalizada al cliente, tratar al cliente como les gusta que los traten, podrán disfrutar de un ambiente seguro y agradable, ya que si no recibe la atención, no solo dejará de visitarlos sino que muy probablemente también hablará mal de ellos y contará la mala experiencia negativa que tuvo.

4.6.1 Medición de la satisfacción del cliente.

Aunque al personal se le estará capacitando continuamente para dar buen servicio al cliente, siempre será importante conocer su punto de vista, por ello quiero que se implemente una encuesta de salida, pero quiero hacerla dinámica y divertida, una encuesta en la que puedan ganar puntos que posteriormente canjearán o le traerá algún beneficio.

4.6.2 Servicio Post-Venta.

Como interesa que el cliente regrese y de buenas indicaciones de este establecimiento, realizaré una tabla de datos con sus número telefónicos para brindarle nuevas ofertas o realizarles encuestas sobre lo que le gustaría ver en la pista de go karts, esto permitirá también ir innovando en el servicio. Además de que es importante que se sientan con la libertad de expresar lo que no les haya gustado

del servicio, esto hará que lo mejoren y ellos se sientan instados a visitarlos nuevamente.

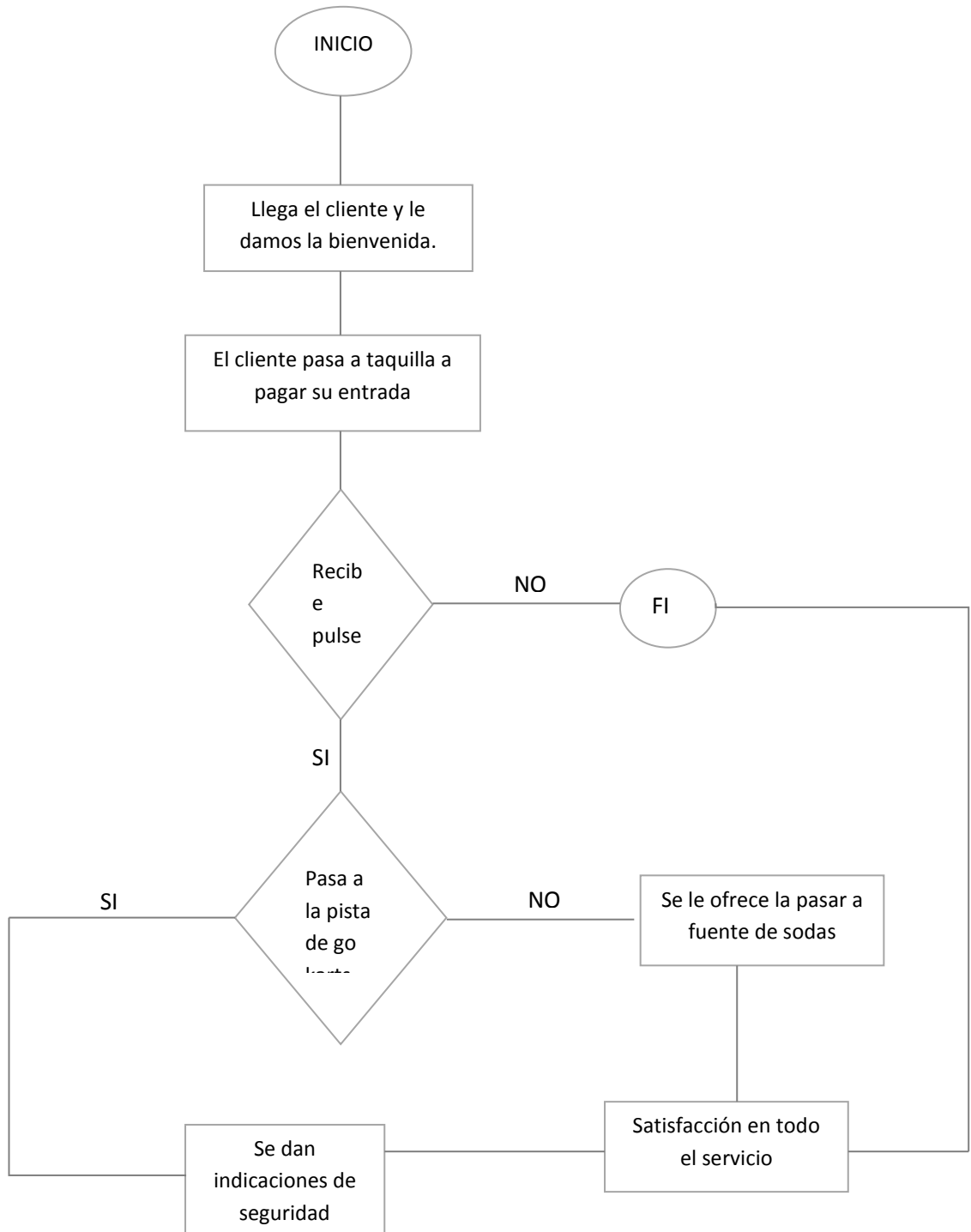


Fig. 10. Diagrama de flujo del servicio.

CAPÍTULO 5. ESTRUCTURA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

La mayoría de los planes de marketing son las estrategias actuales que se tienen para los servicios, los puntos de precio, su publicidad y herramientas de marketing. Un plan de marketing también es importante para el desarrollo de una estrategia de promoción, ya que ayuda a la empresa a establecer metas medibles. De esta manera conocer el mercado objetivo y saber el tipo de promociones y descuentos que ofertarán.

5.1 OBJETIVO GENERAL.

En la “Pista de Go Karts Adrenalina” el objetivo general es: Ser líderes en el sector del entretenimiento en Lázaro Cárdenas, utilizando publicidad en las redes sociales y pantalla LED del puerto.

5.1.1 Objetivos Específicos.

- Aumentar el número de usuarios permanentes que me permitan lograr un punto de equilibrio. Entre las ventas y costos totales, realizando publicidad mediante Facebook y pantalla LED en puntos clave de la ciudad.
- Ser conocidos como un establecimiento de entretenimiento innovador, dando a conocer el establecimiento mediante las redes sociales.

5.2 METAS.

- Lugar innovador donde la gente socialice y haga algo diferente.
- Contar con un perfil en Facebook en el que permitirán que quien los haya visitado comparta sus experiencias, así como también sugerencias que evaluarán para aplicar y así estar en el gusto del cliente.

5.3 ESTRATEGIAS.

- Diariamente publicar en Facebook imágenes y videos de las actividades que realizan quienes los visitan.
- Realizar ofertas en las que las personas deban estar al tanto de la actividad en Facebook para ganar pases.
- Llevar a cabo promociones en las que por cierta cantidad determinada de visitas frecuentes, el cliente pueda ganar pases o algún producto de la fuente de soda.

5.4 PLANEACIÓN.

Este punto es muy importante para todas las empresas que ofrezcan un servicio o un producto. Tener un plan estratégico para el negocio significa que tienen planes en marcha para hacer frente a situaciones esperadas e inesperadas. Además de que analizan el orden para ejecutar las actividades en este caso de publicidad.

Tabla 6.
Planeación de actividades de promoción.

MEDIO	TAREA	RESP.	DESCRIPCIÓN	PRIORIDAD	% DE EJECUCIÓN	FECHA	
						INICIO	FINAL
Facebook	Publicar: * Actividades que se realizan en nuestras instalaciones * Promociones periódicas * Actividades de servicio social	Gerencia de Marketing	Mantener informado a nuestro cliente sobre las experiencias que nuestros visitantes han tenido, hacerles ver la seguridad con la que nos manejamos, precios y promociones establecidos.	Alta	60%	02 Enero 2017	Indefinido
Pantalla Gigante LED	Publicar: * Actividades que se realizan en nuestras instalaciones * Preciso y promociones periódicas	Gerencia de Marketing	Mantener informado a nuestro cliente sobre las experiencias que nuestros visitantes han tenido, hacerles ver la seguridad con la que nos manejamos, precios y promociones establecidos.	Alta	40%	02 Enero 2017	02 Febrero 2017

5.5 ORGANIZACIÓN.

En cuanto a la publicidad para la pista de Go Karts estará a cargo de la Auxiliar Administrativa, se encargará también de las promociones periódicas que se harán durante vacaciones o fechas importantes. Cotizará los costos de la publicidad así como también informará al Gerente sobre la propuesta publicitaria, promociones y costos de la misma, para obtener la autorización y continuar con el proyecto.

5.6 DIRECCIÓN.

En coordinación con el Gerente de la empresa, el área administrativa tendrá a su cargo la publicidad de la misma, es indispensable que se tengan conocimientos para realizar estrategias de marketing que los ayuden a tener éxito, mejorar la afluencia de personas a la pista, así como en la innovación para lograr permanecer en el gusto de los clientes.

5.7 CONTROL.

Para que la empresa no se desequilibre es importante mantener un control para no excederse en las promociones que ofrecerán, pero también para poder otorgar un buen servicio a los clientes. Realizar promociones durante los periodos vacacionales y en fechas de aniversario del establecimiento, también temporalmente estar haciendo campañas para devolver algo a la región de Lázaro Cárdenas. En cuanto a la publicidad buscar los mejores precios y las fechas importantes en las que hacer difusión de la pista de karts. Con los proveedores hacer negociaciones para que les ofrezcan los mejores precios y a su vez también los puedan ofrecer a sus clientes.

CONCLUSIONES

Una vez llegado hasta este punto, habiendo realizado un exhaustivo estudio del plan de negocio, puedo afirmar que la implantación de una pista de karting, en la localidad de Lázaro Cárdenas, es perfectamente viable en todos los sentidos. A consecuencia de la situación actual en la que se vive, tanto a nivel económico como social, considerando clave la estrategia de la empresa, la cual, en este caso, se basa en la diferenciación. Los precios se posicionarán en la media de los demás servicios de entretenimiento, pero sobre todo los distinguirán en la seguridad y en el trato personalizado a cada uno de los clientes.

A lo largo de este documento se han analizado todas aquellas posibilidades que tiene un negocio para hacerse con un nicho en el mercado, la estrategia a largo plazo que se perseguirá, la demanda que se genera y la rentabilidad que podría proporcionar el mismo. Todo ello se ha acometido con la máxima rigurosidad posible.

Inicialmente, tras haber analizado la evolución del mercado en el que se pretende embarcarse a través de distintos estudios, y la esperanzadora proyección que se espera para los próximos años respecto al desarrollo financiero y la mejora del estilo de vida para la población seleccionada como potencial, se puede afirmar que emprender un negocio así es una fantástica idea.

Por otro lado, escoger el Boulevard Costero para albergar las instalaciones se resume en la consideración clave estratégico, es un lugar muy concurrido por turistas y locales; además de que Lázaro Cárdenas tiene aproximadamente el 60% de la población dentro del rango de edades objetivo. Además cabe destacar que todos aquellos que deciden visitar la ciudad, es para disfrutar de las playas y deberán pasar por el circuito al dirigirse a estas. Otro aspecto a destacar de la selección es el gran número de colegios e institutos que existen en la región. Estos emplazamientos incrementan el público potencial de forma significativa.

En conclusión, el emplazamiento donde se pretende desarrollar la actividad contribuye de forma muy positiva a la hora de conseguir el éxito, siempre que se

gestione la empresa de forma adecuada. El objetivo de la empresa es constituir un negocio cimentado en la práctica de este deporte, ofertando un servicio diferenciado, a través de los karts, de calidad, en unas instalaciones modernas, con una seguridad de última generación, un diseño del trazado insuperable y a precios asequibles. Con todo ello, y aprovechando el mercado existente, pretendiendo entrar con fuerza en este mundo, pese a los tiempos castigados económicamente por los que se atraviesa.

Gracias al análisis de mercado realizado se puede afirmar el incremento del gasto destinado al ocio y entretenimiento en las familias de esta comunidad. También es importante destacar que actualmente muchas mujeres están interesadas en practicar karting. Todo ello sitúa al karting como un ocio interesante, el número de aficionados es muy importante y la tendencia a incrementar ese número garantiza la demanda, y a través de una buena gestión, el éxito.

Se analizó el sector utilizando el modelo de las 5 fuerzas de Porter, lo cual posibilita a afirmar lo siguiente: la existencia de un competidor directo a tener muy en cuenta a la hora de definir la estrategia de marketing, la amenaza de nuevos entrantes es baja debido a la necesidad de un importante capital y por el panorama económico actual, la amenaza originada por posibles productos sustitutos puede solventarse con una correcta política de precios. Finalmente analizar el poder de negociación de los clientes y los proveedores.

Una vez realizado el estudio de la empresa mediante el análisis FODA, se decide establecer la estrategia de posicionamiento que deberá seguir la empresa. Se opta por un posicionamiento de innovación, rasgo diferenciador; la propuesta de la pista es otorgar un servicio de importancia, compuesto por los mejores karts, unas protecciones de última generación y el diseño de un trazo sin igual, todo ello con unas tarifas muy competitivas.

BIBLIOGRAFÍA

- INEGI. (2015). *Cuentame INEGI*. Recuperado el 28 de julio de 2016, de www.cuentamen.inegi.org.mx
- Llabrés, P. (22 de Junio de 2011). *Los colores corporativos en la empresa*. Recuperado el 19 de Agosto de 2016, de <http://www.rotulowcost.es/blog/los-colores-corporativos-en-la-empresa/>
- monografias*. (19 de 07 de 2016). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos6/gepo/gepo.shtml>
- Motor, K. (10 09:53 a.m. de Agosto de 2016). *Karting Motor*. Obtenido de Galeon.com: http://kartingmotor.galeon.com/historia_karting.htm
- Muñiz, R. (08 02:41 p.m. de Agosto de 2016). *Marketing en el Siglo XXI*. Obtenido de CEF Marketing XXI: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
- Periódico digital, Lo de hoy en el puerto. (18 de julio de 2013). *Los mejores salarios del estado*. Recuperado el 28 de julio de 2016, de http://lodehoyenelpuerto.com/noticias/index.php?option=com_k2&view=item&id=4141:en-l%C3%A1zaro-c%C3%A1rdenas-los-mejores-salarios-del-estado
- Ruiz Medina, M. A. (2011). "POLITICAS PÚBLICAS EN SALUD Y SU IMPACTO EN EL SEGURO POPULAR EN CULIACÁN, SINALOA, MÉXICO". Culiacán, Sinaloa, México: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA. Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_mixto.html
- Sites México. (2014). *GOTCHA PAINTBALL COMO EMPEZO? HISTORIA*. Recuperado el 30 de julio de 2016, de <http://www.sitesmexico.com/notas/2009/julio/gotcha-paintball.htm>
- Tellis, G. J., & Redondo, I. (202). *Estrategias de publicidad y promoción*. Madrid: Pearson Educación, S. A.
- Universidad de Sonora. (s.f.). *Qué es una encuesta*. Recuperado el 10 de agosto de 2016, de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/queesunaencuesta.pdf>