

**TRABAJO FIN DE GRADO**  
**ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**



**Proyecto de negocio:**  
**Circuito de velocidad en Tenerife.**



**Autores: Juan Pedro De la Cruz Castillo  
Álvaro Díaz Mateos**

**Tutor: Dr. Máximo Cortés**

**Curso académico 2020-21**

## Índice

1. *Índice. PAG.2*
2. *Introducción. PAG.5*
3. *Resumen ejecutivo. PAG 6*
4. *Presentación del proyecto. PAG 7*
  - a. *Denominación de la empresa.*
  - b. *Socios* *promotores.*  
*(Presentación de los promotores: formación, experiencia empresarial...)*
  - c. *Origen de la idea, razones y motivos.*
  - d. *Objetivos y propuestas del proyecto empresarial.*
5. *La actividad de la empresa (productos o servicios). PAG 11*
  - a. *Definición de las características del servicio.*
  - b. *Mercado al que va dirigido y necesidades que cubre.*
  - c. *Características diferenciadoras. Innovación aportada.*
  - d. *Normas que regulan la prestación del servicio.*
  - e. *Necesidades tecnológicas para la explotación del negocio.*
  - f. *Protección jurídica, patentes, marcas registradas.*
6. *Identificación y análisis del mercado. PAG 15*
  - a. *Definición del mercado al que se dirigirá el servicio.*
  - b. *Situación del sector y previsiones de evolución del mercado.*
  - c. *La competencia: identificación de las empresas competidoras y estrategias.*
  - d. *Modelo Canvas.*
  - e. *Participación prevista en el mercado.*
7. *Marketing y comercialización. PAG 20*
  - a. *Presentación del producto o servicio.*
  - b. *Políticas de marca.*
  - c. *Determinación del precio de venta y política de precios.*
  - d. *Penetración en el mercado; canales de distribución, red comercial...*
  - e. *Estrategias de comunicación y acciones de promoción; marketing digital, publicidad, catálogos, descuentos...*
  - f. *Previsión de ventas.*
  - g. *Garantías, servicio técnico, atención al cliente y servicio post-venta...*
8. *Plan de operaciones. PAG 36*
  - a. *Determinación del proceso de prestación de servicio.*
  - b. *Selección de instalaciones y equipos necesarios.*

- c. *Aprovisionamiento; materias primas, proveedores, suministros básicos...*
- d. *Gestión de stocks, materias primas, productos intermedios...*
- e. *Cálculo de costes.*
- f. *Control de calidad y certificaciones pretendidas.*
- g. *Sistemas operativos.*
- h. *Fecha de puesta en marcha y programación de actividades.*

9. *Localización. PAG 41*

- a. *Criterios de localización.*
- b. *Terrenos, edificios e instalaciones (características y ubicaciones).*
- c. *Comunicaciones e infraestructura.*
- d. *Ayudas públicas para localización.*

10. *Organización y recursos humanos. PAG 43*

- a. *Puestos de trabajo a crear.*
- b. *Distribución por categorías y asignación de responsabilidades-*
- c. *Organigrama representativo.*
- d. *Comunicación interna.*
- e. *Perfiles de las personas a contratar; conocimientos, experiencia...*
- f. *Selección del personal.*
- g. *Formas de contratación.*
- h. *Política de retribución.*
- i. *Previsiones de crecimiento del empleo.*
- j. *“Externalización” de actividades, subcontratación, empresas colaboradas.*

11. *Plan económico-financiero. PAG 52*

- a. *Inversión inicial y necesidades económicas del proyecto.*
- b. *Selección de fuentes de financiación; banca oficial, banca privada, leasing, etc.*
- c. *Plan financiero: inversiones, amortizaciones, cuadro de financiación, cuadro IVA, tesorería, cuenta de resultados previsional, balance previsional.*
- d. *Ke, WACC y ratios financieros.*
- e. *VAN, TIR y Payback.*

12. *Aspectos formales y jurídicos del proyecto. PAG 64*

- a. *Elección de la forma jurídica y justificación de la elección.*
- b. *Reparto accionario y administradores.*
- c. *Régimen fiscal aplicable.*
- d. *Trámites administrativos a realizar.*

- e. Seguros, licencias, contratos mercantiles.
- f. Obligaciones de la empresa; contables, fiscales, laborales.

13. Imagen corporativa. PAG 68

- a. Página Web.
- b. Redes sociales.
- c. Branding.
- d. Gestión de la calidad.
- e. Responsabilidad social / código buen gobierno.

14. Plan de expansión. PAG 75

- a. Objetivos y metas a largo plazo
- b. Plan de crecimiento, salida a nuevos mercados, internacionalización, nuevos productos, etc.

Conclusiones. PAG 76

Bibliografía. PAG 78

## **1. Introducción.**

Este proyecto, en concreto se basa en llevar a cabo la creación de una empresa. En nuestro caso, se trata de comenzar desde cero un circuito de velocidad, así como dando lugar a su actividad principal. Todo ello teniendo como guía las normas implantadas por la universidad.

El cliente principal es todo aquel que tenga amor por el mundo del motor sobre tierra, ya sea de dos, tres o cuatro ruedas. Tenerife es una isla situada en el archipiélago canario, donde la afición al motor brilla por su presencia, eventos locales con repercusión mediática y social tales como las famosas “Subidas” de diferentes carreteras de la isla, así como la carretera más conocida donde se graban un gran número de anuncios de vehículos de gran renombre tales como “Lamborghini”.

Emplearemos diferentes métodos para ver la viabilidad del proyecto. En la rama financiera, realizaremos los estudios apropiados para ver la viabilidad del proyecto a grandes rasgos, la rentabilidad que puede aportar, así como el éxito que este pueda tener.

La idea es construir un circuito de velocidad en la isla de Tenerife. Hemos decidido llevar a cabo esta idea ya que hay una gran afición al motor en todo el archipiélago, y por ende en Tenerife. Esta gran afición se ve reflejada en el gran número de carreteras que son reconocidas a nivel mundial ya sea para disfrutar del asfalto o para rodar anuncios del mundo del motor, coches o motos. En concreto la subida de “Los Loros” es conocida a nivel mundial por poder pasar de estar a nivel del mar a estar a unos 3.000 metros en apenas 20 minutos; además su trazado con curvas propias de circuito la hacen aún más atractiva.

## **2. Resumen ejecutivo.**

En este trabajo se plasma en palabras lo que antes era una idea lejana para dos estudiantes. Este proyecto da lugar a la creación de un circuito de velocidad en Tenerife. Además, no sólo piensa en la construcción, sino que también desarrolla la manera de explotarlo durante la fase de crecimiento. En Tenerife Racing Ring, queremos ser el referente en la comunidad autónoma de la afición al motor para todos los residentes, sumándole que queremos ser un circuito de renombre a nivel europeo.

Desde hace muchos años, aproximadamente 2016, se lleva al gobierno el proyecto de construir un circuito, hay dos ideas principales que promueven este proyecto. El primer motivo es contar con un must turístico más que se añadiría al atractivo que tiene la isla por naturaleza, así como a todos los parques que cuenta, tales como el Loro Parque, Siam Park, Aqualand y parques naturales únicos, entre otros. El segundo motivo es reducir las muertes en carreteras de montaña por exceso de velocidad ya sea en vehículos de dos o cuatro ruedas, y dar por fin una respuesta real a todos los clubs de este mundo que lo solicitan.

En el plan de viabilidad se va a tener en cuenta el entorno general que rodea a la idea de negocio, además de la propuesta de valor donde se desarrollará la misión, visión y valores de la empresa. También se ha dado especial importancia a las necesidades que se van a satisfacer con la entrada en el mercado del nuevo circuito en el municipio tinerfeño. Hemos realizado un plan de marketing correspondiente a la imagen que va a querer adoptar esta empresa. Para ello se han analizado las diferentes estrategias, como por ejemplo el análisis de las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades bajo la influencia de los objetivos principales que se van a querer alcanzar.

Para llevar a cabo este proyecto hemos estimado que se necesita una cantidad total de 23.698.598 €, por el cual se ha decidido aportar una parte por los dos grupos familiares de los socios promotores (60%), y dos grupos inversores (40%) reuniendo en concreto 13.000.000 € de capital social inicial, más un préstamo tipo ICO por el importe restante. Según las estimaciones reflejadas en el plan financiero, el primer año se obtiene un beneficio neto de 334.299 € que resulta creciente en los siguientes años, manteniendo liquidez y rentabilidades moderadas pero constantes a largo plazo. La inversión realizada en el negocio, proyectada a 4 años e incluyendo una estimación del valor residual del inmovilizado, presenta un VAN de 399.752 € y tiene un TIR esperado de un 9%, recuperándose la aportación de los accionistas en el cuarto año.

### **3. Presentación del proyecto.**

La idea nace principalmente por la afición al mundo del motor de los dos promotores del proyecto; además, por otro lado, el integrante Alvaro Diaz Mateo, tiene desde muy pequeño la ilusión y el afán de crear una empresa que de un valor añadido al lugar que ha sido donde hemos crecido, las Islas Canarias, por ello hemos decidido sacar esto adelante y visto toda la gente que tiene entre sus planes principales salir de ruta ya sea con moto o coche, queremos brindarles la oportunidad de disfrutar de manera más segura.

Esta idea de la construcción de un circuito de velocidad en el sur de Tenerife se ha planteado dentro del gobierno insular, promovido por diferentes asociaciones, como, por ejemplo: “Los loros road racing”, “Porschemaniacos”, “Club Ferrari España”, etc.

El proyecto nunca se ha puesto manos a la obra, ya que siempre ha habido algún inconveniente que lo ha echado para atrás. El último ejemplo ha sido la pandemia mundial del COVID. Uno de los argumentos principales era tener un atractivo más para los turistas en la isla de Tenerife, donde una gran parte de la población vive del turismo. Como todos sabemos, la pandemia ha frenado y cancelado un gran número de proyectos, competiciones, sin entender fronteras.

#### **a. Denominación de la empresa.**

Encontrar un nombre que nos identifique tanto a nuestra actividad, la localización y el “ambiente” en el cual queremos ser un referente nos llevó a darle el siguiente nombre: **Tenerife Racing Ring.**

·Tenerife: isla donde se encontrará el circuito.

·Racing: debido a que estamos dirigido al mundo del motor y concretamente al mejor rendimiento y disfrute del mismo. Además, nuestra expansión se basará en tener carreras de renombre a nivel nacional

·Ring: significa anillo en inglés, y como un circuito no tiene un principio ni un fin físico determinado.

Hemos decidido ponerlo en inglés ya que es el idioma universal. Previamente antes de escoger este nombre definitivamente hemos buscado que este nombre no estaba en uso por alguna otra empresa, para ello entramos en OEPN (<https://www.oepm.es/es/index.html>). A continuación, se ha dado de alta a la empresa en Tenerife, lugar de empadronamiento de ambos socios.



**b. Socios promotores (Presentación de los promotores: formación, experiencia empresarial...).**

El proyecto está desarrollado por dos socios promotores principales:

-Juan Pedro de la Cruz del Castillo: es estudiante del último curso del grado de la UEM. Nacido en Tenerife, actualmente compagina los estudios con un trabajo en una auditora. Cuenta con su familia en donde hay gente reconocida dentro del mundo del motor.

-Alvaro Díaz Mateo: es estudiante del último curso del grado de la UEM. Nacido en la isla vecina a otro socio, Gran Canaria. Hoy en día compagina sus estudios con las prácticas en el departamento de administración de una empresa local. A su vez dentro de su familia y allegados tiene un respaldo que podrá ayudar en la creación de este proyecto.



Además, hay que destacar que dentro del consejo que estará constituido en su mayoría por familiares de los dos socios, así como amigos cercanos, permitirán de manera gratuita gestionar la actividad de la empresa, así como ayudar a tomar las decisiones para ver hacia donde enfocar el negocio.

Dentro de las familias accionistas, tenemos gente reconocida en el mundo del motor, así como empresarios de gran prestigio dentro de las islas. Contaremos dentro del consejo al piloto campeón de CANARIAS, Luis Monzón, que podría facilitar un gran número de clientes de escudería de coches ya que él tiene una escudería de gran reconocimiento en canarias, en concreto con la marca Ford.

Por otro lado, contaremos como consejero al Presidente de “Porsche Maniacos” Canarias, etc. Este no solo tiene un gran prestigio en el textil empresarial en Canarias, sino que además es de los mayores promotores del motor canario, ya que lleva años promoviendo la necesidad de la construcción de un circuito de velocidad.

Por último, como consejero para la parte del motociclismo, contaremos con el fundador del club “Los loros road racing”, que no es más que una asociación donde se defienden los derechos de los moteros.

La propuesta del proyecto se basa inicialmente en la aportación de un 60% del capital entre los 2 socios promotores y sus respectivos grupos familiares.

El 40% restante, vendrá de la aportación realizada por dos grupos inversores externos diferentes, interesados en participar en este gran proyecto, aportando cada uno un 20%, por lo que la máxima aportación será en cualquier caso la de los 2 socios promotores.

Todos los socios, además, se comprometerán a avalar la concesión del préstamo financiero si fuese necesario.

### **c. Origen de la idea, razones y motivos.**

La unión de los dos miembros surgió básicamente porque los dos hemos nacido y vivido toda la vida en la misma comunidad autónoma, por lo tanto, conocemos el mercado autóctono, ya sea porque somos parte de él, sino que además por los negocios de nuestras respectivas familias sabemos que es lo que se demanda y como es tener una empresa de servicios o productos en el archipiélago.

Una vez nos unimos, empezamos a pensar, dijimos muchas ideas, desde crear un mercadillo con productos característicos de las islas en Madrid, hasta una empresa de consultoría con sede en Tenerife. Pero finalmente, elegimos esta idea de construir y llevar la actividad del circuito.

Juan Pedro, uno de los socios, tiene una gran afición al mundo del motor, y comentando con un familiar su situación de la carrera, surgió la idea que escogimos. En primer lugar, porque es un proyecto que disfrutaría llevando a cabo, en segundo lugar, porque es un negocio muy demandado por los residentes.

Tan pronto como vio que era una idea factible, se lo comenté a Álvaro; él añadió que una persona cercana a él, es campeón de Canarias de Rallies, además tiene una escuela y cuenta con una gran experiencia en el sector.

A continuación de decirnos porque proyecto llevar a cabo, nos pusimos a navegar en internet y sumando nuestro conocimiento para ver cuán de viable era la idea. En la isla de Tenerife, solo hay 4 circuitos asfaltados, pero estos sirven únicamente para karts debido a sus medidas, no sobrepasan los 800 metros de recorrido y su anchura no es mayor a 4 metros, por lo tanto, podríamos hablar de un mercado de nicho, enfocado a un sector muy pequeño. En todo el archipiélago, solo hay un circuito donde los coches tienen cabida, se encuentra en el aeródromo de Maspalomas, en la isla vecina y que tiene una gran limitación de aforo de clientes (coches y motos).

La idea surge principalmente ya que se lleva años pensando en construir un circuito por la gran afición que hay al motor y porque podría ser un atractivo turístico para la isla, pudiendo llevarse a cabo competiciones de gran prestigio tales como F1 o MotoGP.

Esta idea fue presentada por el gobierno, pero nunca se ha llevado a cabo, por ello nosotros hemos decidido construir uno que no sea de tal dimensión como el planteado pero que sea mucho mejor que uno que únicamente sirva para Karts.

Principalmente por si en algún momento se llevase a cabo la construcción del otro, poder tener nuestro propio mercado y no pelearnos por los clientes. A pesar de que, en nuestro proyecto, hemos decidido tener en cuentas las normas que rigen los circuitos de F1 y MotoGP para poder acoger los entrenamientos y test antes de comenzar la temporada.

#### **d. Objetivos y propuestas del proyecto empresarial.**

El objetivo principal de este proyecto es la creación de un establecimiento enfocado en el mercado del motor. Este tipo de negocio no ha sido desarrollado al máximo, por lo que sigue siendo un mercado novedoso y con muchas posibilidades de crecer, ya que cada vez es mayor el público que demanda un local con estas características en las islas.

Decidimos solucionar este problema porque además de nuestra pasión por la conducción, La construcción de polideportivos supondrá cambios económicos y sociales en estas islas, Proporcionar a los atletas profesionales lugares de entrenamiento, lugares de exhibición y Eventos organizados para empresas del sector, y espacios para que los aficionados se relajen y se entretengan Aquí puedes desarrollar tus aficiones de forma segura, reduciendo así la práctica en carretera. encender.

Para determinar los servicios y posibilidades del centro deportivo, precios y otros elementos, se ha tomado como referencia el Circuit de Barcelona -Catalunya, trazado con características similares al proyecto, con el cual pretendemos cumplir expectativas.

Como objetivos principales podemos destacar asegurar la sostenibilidad a futuro, crear un plan de negocio real y establecer metas medibles y con posibilidad de evaluación.

#### **4. La actividad de la empresa (productos o servicios).**

##### **a. Definición de las características del servicio.**

De manera rutinaria firmaremos eventos cerrados, a su vez organizaremos en conjunto a clubs de automóvil y/o marcas, en los cuales se intentará reunir a un cierto grupo de clientes con características similares, como por ejemplo motos o coches.

Somos el único circuito de Tenerife apto para el uso de coches y motos, lo que se traduce en una reducción de infracciones en las carreteras por parte de los aficionados al motor que salen de "ruta".

Ofrecemos un hobby que pone en peligro la integridad física pero que practicando de manera responsable este riesgo puede reducirse enormemente, como puede ser practicarla en un circuito con todas las medidas de seguridad y trazado como las que tenemos.

La actividad principal será para alquilar a particulares, pudiendo hacer alquileres a empresa para probar coches, rodar anuncios... Como opción segunda es la de llevar a cabo competiciones de nivel internacional. Para el primer año acogemos competiciones de nivel insular, una prueba de superbike que es de nivel internacional y la copa Mini de España. Con el paso de los años iremos incrementando el nivel de las competiciones, como por ejemplo el acuerdo que se ha firmado con la escudería Ferrari para el tercer año de actividad.

**b. Mercado al que va dirigido y necesidades que cubre.**

Firmamos contratos con clubes autonómicos para realizar jornadas a puerta cerrada para los miembros. Como, por ejemplo, con Dream Cars Club Canarias, que cuenta con 250 socios anotados, que realizan rutas y jornadas para disfrutar del motor.

Seremos el único centro que contará con una academia propia que empezará desde el primer año, ofreciendo clases a menor escala pero que a partir del cuarto año queremos tener una escuela como puede ser la de Ascari en Madrid. Además, ofreceremos nuestro circuito para aquellas empresas que cuenten con un leasing de coches para sus empleados para realizar cursos, en su mayoría de una conducción defensiva.

Principalmente se centra en toda aquella persona aficionada al motor, pero también queremos ofrecer un atractivo turístico más, como puede ser la acogida de competiciones desde nivel insular hasta internacional o competiciones privadas. Contaremos durante el primer año de actividad con competiciones a nivel autonómico, tales como pruebas del rally clasificatorio para el campeonato de Canarias. También hemos firmado un acuerdo con la federación del automóvil de Canarias para llevar a cabo el campeonato de karts insular y la última prueba clasificatoria para el premio nacional. Según vayan avanzando los años de actividad, hemos negociado con equipos de la categoría reina de motoGp así como F1 para que vengan a hacer pruebas de los coches antes de empezar la temporada. Por último, en el horizonte más lejano, hemos cerrado una prueba de la copa Ferrari, lo cual será un evento único en las islas, que nos permitirá dejar huella a nivel mundial como circuito referencia.

En el largo plazo, nos gustaría abarcar un mayor mercado dentro del cual nos ubicamos, ello pasa por la construcción de unas mayores instalaciones no principales, como pueden ser gradas, boxes, hotel, etc; el que mayor importancia tiene y mayor potencial tiene es añadir una pista de motocross dentro del propio terreno ya en nuestro poder.

**c. Características diferenciadoras respecto de los productos o servicios de la competencia. Innovación aportada.**

Como se puede llegar a concluir por todo lo mencionado anteriormente, somos el único circuito dentro de Tenerife en el cual pueden entrar coches y motos. Esto nos sitúa con un monopolio dentro de este mundo. Además, teniendo en cuenta al resto de la comunidad autónoma, únicamente hay un circuito más, que se encuentra en Gran Canaria, por lo tanto, nos encontramos en un oligopolio con respecto al archipiélago.

**d. Normas que regulan la prestación del servicio.**

Dependiendo de la actividad que haga cada empresa, deberá contar con un tipo de medidas, normas y requisitos, ya sea para la restauración, venta de productos finales, etc.

En nuestro caso se trata de un circuito, tenemos que regirnos según la normativa de la “Real Federación Española del Automovilismo”. En ella se encuentra toda la información pertinente al circuito, así como las zonas de boxes y los alrededores. Trabajaremos además en conjunto con una asesoría fiscal y legal, que nos aconsejaría al comienzo de la idea para tomar decisiones sobre el tipo de sociedad a constituir, así como conseguir las licencias de obra en el ayuntamiento.

A su vez, las normas que aplican de la Real Federación Española están derivadas de las normas de la Federación Internacional de Automovilismo, teniendo en cuenta que acogemos pruebas a nivel mundial.

Que como sabemos, como creadores de un circuito nuevo dirigido a competiciones nacionales, deberán remitir un dossier completo de planos y especificaciones a la Comisión de Seguridad de la RFEdA, para la aprobación del proyecto.

Aparte de las inspecciones secundarias, tipo de inspección obligatoria del circuito:

- Circuitos nuevos destinados a competiciones nacionales, para la primera aprobación de la licencia de Grado 1 Nacional

- Circuitos nuevos destinados a competiciones nacionales, licencias de Grado 2 Nacional
- Para la renovación de una licencia de circuito de la RFEdA, Grados 1 Nacional y 2 Nacional
- Circuitos que se han sometido a cambios importantes en el trazado o las instalaciones de seguridad y circuitos que solicitan una licencia de grado superior, Grados 1 Nacional y 2 Nacional
- Homologación o renovación de la licencia de cada configuración alternativa de la pista

La RFEdA será informada de todas las modificaciones que estén previstas añadir al circuito en relación con el último informe de inspección de la RFEdA anterior a la concesión de la licencia. El proyecto de modificación será representado sobre el plano del circuito que habrá sido firmado por los inspectores de RFEdA.

Además de tener en cuenta que como dictamina la FIA La emisión de la presente licencia, establecida según las normas de seguridad más recientes en vigor para el trazado, los acondicionamientos o las instalaciones del circuito no implicará ningún tipo de responsabilidad por parte de la RFEdA, en caso de accidente sobrevenido en el transcurso de entrenamientos o carrera.

**e. Necesidades tecnológicas para la explotación del negocio.**

El único requerimiento tecnológico que necesita nuestro negocio es tener 3 ordenadores en las oficinas, así como un programa para llevar la contabilidad. Este programa es el Acqua se paga una licencia por él, que tiene un costo de 80.000€ para poder poseerlo. Una vez se tenga el programa, no tiene ningún costo, únicamente hay que hacer un mayor desembolso en caso de que haya una actualización y los directivos estimen oportuno destinar fondos para obtener la última versión.

Por otro lado, el sistema de reserva para las instalaciones tiene un proceso muy simple, a través de la página web se nos contacta y se hace una aportación inicial a la cuenta bancaria para proceder a la reserva.

**f. Protección jurídica, patentes, marcas registradas.**

En cuanto a la protección jurídica, tendremos al equipo de PWC como abogados para todos los temas relacionados. A principio de cada año firmamos un contrato donde se pacta el precio por el servicio prestado.

Nuestra marca, no decidimos patentarla, en primer lugar, sabiendo que esto no es obligatorio, hay que tener en cuenta que el nombre es muy específico que no mucha gente tendrá la idea de usarlo para representar su empresa, y menos aún llevar a cabo tal proyecto y en la misma ubicación geográfica. Únicamente esto podría ocurrir si se llevase a cabo una idea similar a la que nosotros tenemos, lo cual, es muy costoso de hacer y es un largo proceso.

Nuestra finalidad va a hacer destacarnos y poder ofrecer un servicio donde el cliente se sienta cómodo, en donde nuestra marca sea un símbolo identificativo y cuando vean nuestro circuito les transmita una garantía segura. Todo esto no será posible si no somos capaces de tener una buena relación con nuestros clientes; un buen servicio, estar informando y comunicando nuestros cursos o competiciones semanales, que el local esté bien acondicionado, etc.

## **5. Identificación y análisis del mercado.**

### **a. Definición del mercado al que se dirigirá el producto o el servicio: dimensión, localización,**

El campo de la automoción, directamente relacionado con la industria del automóvil. Competiciones y torneos, porque cubre todo lo relacionado con la venta de vehículos, Deportes de motor profesionales, aficionados y recreativos. La idea nace de que, en la isla vecina, Las Palmas hay un circuito y en Tenerife no, habiendo un gran mercado descubierto en la isla capitalina.

Por otro lado, plantearían, el sector turístico, que también juega un papel importante, puesto que se tratan de clientes potenciales ya que, en nuestra opinión, los turistas suelen aprovechar muchas de las experiencias que brindan las islas, ofrecidas éstas por los propios tour operadores en fase de contratación.

En principio tenemos contratos firmados con la federación insular e incluso con la F1, también destacar las negociaciones con clubes autonómicos para realizar jornadas a puerta cerrada. Como, por ejemplo, con Dream Cars Club Canarias, que cuenta con 250 socios anotados.

Seremos el único centro que contará con una academia propia en el largo plazo, lugar en el cual cuenta con una residencia, así como escuela, y también en donde se

enseñará a quien desee como mejorar su conducción. Además, ofreceremos nuestro circuito para aquellas empresas que cuenten con un leasing de coches para sus empleados para realizar cursos, en su mayoría de una conducción defensiva.

Principalmente se centra en toda aquella persona aficionada al motor, pero también queremos ofrecer un atractivo turístico más, como puede ser cursos de verano o simplemente el hecho de acudir como espectador para cualquiera de las pruebas que tendrán lugar en los primeros años de actividad, además de añadir más adelante podríamos una pista de motocross en sus instalaciones permitiendo así ampliar el mercado.

Los amantes de los coches en la isla han estado esperando crear una pista en la que puedas desarrollar tus pasatiempos y hacer realidad los sueños de muchas personas. Sumándole el poder disfrutar como espectador de pruebas y entrenamientos de categorías que no se imaginaban aquí previamente.

#### **b. Situación del sector y previsiones de evolución del mercado.**

En 2011 nace como apoyo al deporte del motor y velocidad en Tenerife, una asociación llamada “QCVT” cuyo significado es: *Queremos un Circuito de Velocidad en Tenerife*. Este movimiento promueve la petición para la construcción de una pista de asfalto en la isla, la cual, generará movimiento entre deportistas y aficionados a la competición publicitando el futuro circuito a través de las redes social, lo que ha hecho que el logotipo de su organización, sea conocido por pilotos de actualidad o personalidades relevantes en el mundo del motor.

Teniendo en cuenta estos datos aparte de otros que mencionaremos a continuación, observamos que el mercado disfruta de un crecimiento continuado, además de ser pioneros en la isla. Por otro lado, el futuro circuito del motor debe generar actividad deportiva y económica, atraer al turismo y acoger eventos de primer nivel asociados a un deporte que tiene en Tenerife un gran número de aficionados. El valor que aporta a la población no es el único, también supone un movimiento de la economía local y saber que la industria se encuentra en auge por la subida incremental que hay por la prueba de coches y rodaje de anuncio por el gran atractivo fiscal con el que cuenta la comunidad.



## **b.1 Análisis del macroentorno.**

### **->Análisis Pestel:**

De cara a analizar el plano general en el cual se encontraría la elaboración de dicho proyecto, es interesante realizar un análisis PESTEL, permitiéndonos tener en cuenta todos los factores que puedan influenciar en la actividad de la empresa; ya que tiene en cuenta los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, así como los legales.

- Factores políticos:

Hoy en día la situación económica que tiene España no es de las más estables que hemos tenido en estos últimos años debido a la crisis sanitaria del COVID-19 que ha derivado en una crisis económica y una gran disputa entre el partido que lidera y la oposición.

Aun sabiendo la situación actual, España sigue siendo un buen lugar para comenzar un negocio, ya que sigue estando por encima de la media de países con una estabilidad política.

En cuanto a las políticas fiscales vemos un constante intento de aumento del endurecimiento tanto en las personas físicas como jurídicas. Esto se traduce en un beneficio limpio menor para las empresas, que a su vez se refleja en una menor renta disponible para la ciudadanía; consecuentemente un menor consumo.

El punto fuerte de nuestro negocio, es que está enfocado a un sector con una renta alta, ya que la afición al automovilismo es cara. Además, uno de nuestros enfoques de la actividad está destinada a gente turista, por lo general, gente de países del resto de Europa, como puede ser Alemania, Reino Unido, etc.

- Factores económicos:

Previamente a entrar a principios de 2020 en esta extraña situación que afecta a todos los países del mundo, España estaba recuperándose de la crisis económica previa a un ritmo no tan bueno como era de esperar, pero se podía considerar que ya estaba remontada.

Por desgracia, nos encontramos en un punto crítico por la paralización del mundo entero por la pandemia mundial. Actualmente, la deuda española a cierre de 2020 se encuentra en el 118,69% del PIB español. Hay que añadir que el salario mínimo interprofesional se ha reducido a 950€/mes.

- Factores sociales:

Según datos de la OMT “Organización mundial del turismo”, España se encuentra en el número 2 en cuanto a la recepción de turistas internacionales, con un total de 82.773.000 de viajeros recibidos (datos estudiados en 2018, publicados en 2019).

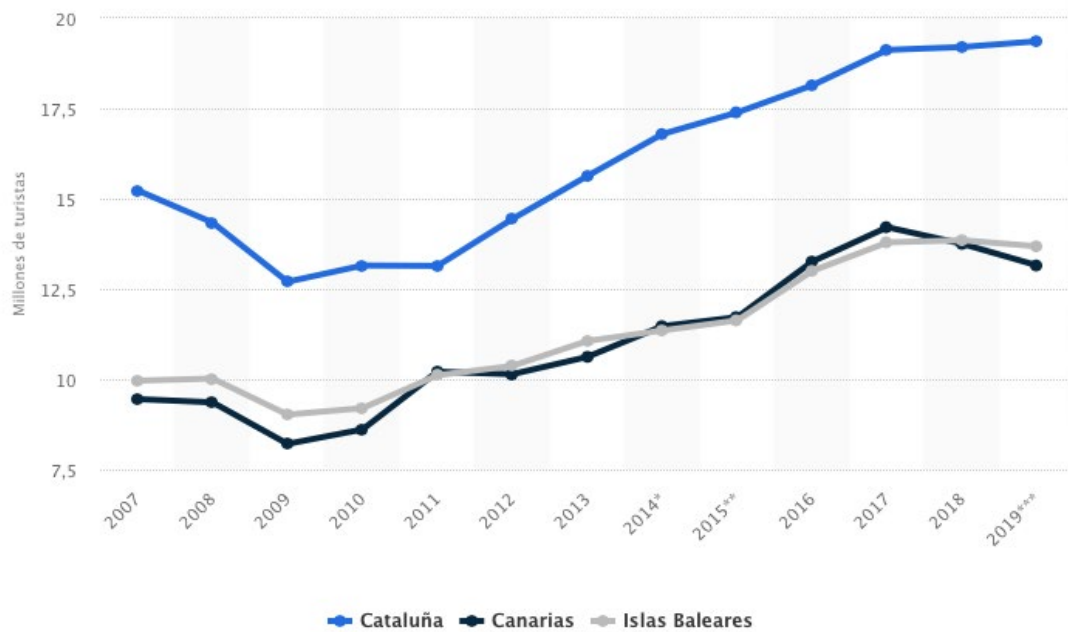
## Los 25 países más visitados del mundo (datos OMT)

	País	Viajeros internacionales
1	Francia	89.400.000
2	España	82.773.000
3	Estados Unidos	79.618.000
4	China	62.900.000

*Fuente: Web OMT.*

También en el año 2019, España fue el segundo país en recibir un mayor número de turistas. Esta cifra se elevó a 83 millones. Para el año 2020, como es de entender, todas las cifras se desplomaron a nivel mundial debido al lockdown generalizado.

Hay que destacar, que, dentro de España, la comunidad que el lugar donde se encontrará el circuito, con un enfoque importante al turismo, es Canarias, que se encuentra en el top 3 de destinos elegido por los turistas.



*Fuente: INE*

- Factores tecnológicos:

Tenerife cuenta con múltiples ventajas, tanto económicas como posicionales, que facilitan y hacen atractivo el desarrollo de plataformas tecnológicas en la isla.

La fiscalidad es uno de los puntos fuertes de las Islas Canarias. El archipiélago cuenta con la ZEC (Zona Especial Canaria), un régimen económico que ofrece a las empresas que se instalan allí una fiscalidad más beneficiosa que en otros lugares de Europa.

Aparte, en los últimos años ha decrecido la inversión en I+D+I en España situándose por debajo de países como EEUU, Alemania o Francia, dañando la buena posición que tenía en este sector. Actualmente se encuentra en la quinta posición (El País, 21/11/2019).

- Factores legales:

La normativa que afecta de forma directa al proyecto es la recogida en la FIA y la FIM, Federación Internacional de Motociclismo.

Existen seis categorías diferentes para acoger pruebas automovilísticas internacionales, y el Circuito de Tenerife tendrá la más alta de ellas, la categoría uno, lo que permitirá el desarrollo de cualquier tipo de evento o competición.

Destaca, sobre todo, el tipo impositivo del 4% en el impuesto de sociedades, el más bajo de toda Europa. Además, se ofrecen exenciones al impuesto de transmisiones patrimoniales y las empresas que se asientan aquí aprovechan el resto de incentivos fiscales relacionados con el Régimen Económico y Fiscal de Canarias.

A continuación, se reflejan en un cuadro resumen los principales aspectos del análisis PESTEL realizado.

### PESTEL

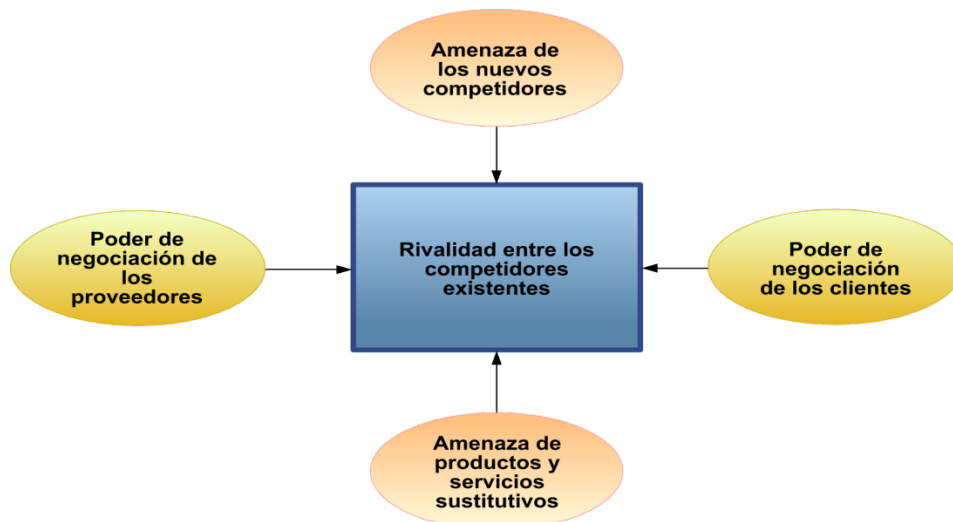
Políticos	Económicos	Tecnológicos	Legales
Aun sabiendo la situación actual, España sigue siendo un buen lugar para comenzar un negocio, ya que sigue estando por encima de la media de países con una estabilidad política.	Por desgracia, nos encontramos en un punto crítico por la paralización del mundo entero por la pandemia mundial. Actualmente, la deuda española a cierre de 2020 se encuentra en el 118,69% del PIB español	El archipiélago cuenta con la ZEC (Zona Especial Canaria), un régimen económico que ofrece a las empresas que se instalan allí una fiscalidad más beneficiosa que en otros lugares de Europa.	Existen seis categorías diferentes para acoger pruebas automovilísticas internacionales, y el Circuito de Tenerife tendrá la más alta de ellas, la categoría uno, lo que permitirá el desarrollo de cualquier tipo de evento o competición.

## **b.2 Análisis del microentorno:**

### **->Análisis PORTER:**

#### **Definición:**

Una manera de analizar el microentorno de la empresa, para poder llevar a cabo el modelo de negocio es mediante el diamante de Porter, que reúne cinco fuerzas competitivas. El microentorno son todos los aspectos que tienen un impacto en la actividad comercial de nuestro negocio. Para Porter, lo más importante para que una empresa sea capaz de continuar en el entorno, es que se adapte a los posibles cambios que puedan ocurrir en forma de nuevos competidores, o cambios en sus políticas de comercio. Para ello destacó cinco fuerzas para analizar el entorno más cercano y la competencia que tendrían.



*Fuente: Imágenes Google*

#### **Las cinco fuerzas son**

- Nuevos competidores

El modelo de negocio se encuentra en un sector con un entorno expectante y llamativo. Es un sector donde constantemente se producen cambios, y más con la reciente pandemia donde han tenido que cancelar cientos de competiciones.

La manera en la que te adaptes a los mismos determinará si sobrevives o no. Primeramente habría que analizar las barreras de entrada en el sector al que se enfoca

nuestro proyecto con sus distintos problemas o dificultades para introducirse en un mercado nuevo.

Estos son los diferentes casos que pueden ocurrir:

- Economías de escala: Para otro tipo de sectores sería un factor muy a tener en cuenta por los nuevos competidores, pero no en este caso. En este caso no hay en la misma isla ningún competidor directo, sin contar las pistas de karting, que no son las mismas medidas. Por lo que no es primordial ya que no hay una escala de producción como para que la posible futura competencia tenga unos costes inferiores a los que generarían.

- Legal: Abarca todo tipo de cuestiones acerca de licencias, tasas y tributos para abrir un local. Esto nos afectaría para obtener todas las normas requeridas en las ordenanzas del sector.

-Diferenciación del producto: imprescindible distinguir de una pista de KARTING rutinaria que existen por lo menos 7 en la Isla de Tenerife. La diferencia primordial viene dada en el tamaño de la pista, además de conducir coches totalmente distintos en nuestro circuito aparte de proporcionar una serie de competiciones,

En la situación de que nuestro modelo de negocio sea exitoso, hará que con el tiempo aparezcan nuevos competidores haciendo su versión del servicio, pero con la diferencia de que nosotros hemos aprovechado nuestras ventajas competitivas en la isla y por tanto hemos conseguido una clientela fija que hace que seamos fuertes frente a la competencia

- Poder de negociación con los proveedores

El poder de negociación de proveedores dependerá de los siguientes factores:

1- Amenaza de integración vertical hacia delante, se podrían convertir en competidores nuestros mismos proveedores, o los del club de socios de Coches de Tenerife, ya que pueden crear su propio circuito y ofrecer nuestros mismos servicios.

2- El sector no sea clave para los proveedores: para los proveedores, contaremos con una cafetería, pero donde los proveedores no los controlamos nosotros debido a que será una subcontrata.

Para el material el proveedor que corresponde al desgaste de los neumáticos en la pista, en concreto para eventos privados o para competiciones es

- Atlántico Auto centros. <http://atlanticoautocentros.com>

Para el traslado del público asistente (cuando esto resulte posible) a los grandes eventos será necesario contar con empresas de transporte especializadas, contratadas por los turoperadores y otras por nosotros mismos. El proveedor más viable sería:

- Pérez y Cairós, transporte de viajeros por carretera en servicios regulares. <http://perezycairos.com>

3- Más compradores que vendedores: esto es un problema, ya que el proveedor decide a quién va a vendérselo y él pone el precio, ya que no existe competencia. Por eso es conveniente que existan más de un proveedor que satisfaga tu necesidad de calidad y precio para que tengas la posibilidad de elegir.

Por eso tenemos un abanico de posibilidades entre nuestros principales proveedores, pero tenemos cien por cien de confianza en nuestros proveedores ya que los hemos conocido.

- Poder de negociación con los clientes

Con estas características de negocio, nuestro público objetivo está claro, va desde profesionales del motor, hasta principiantes que quieran introducirse en el mundo del motor y aprender. Al ser un público específico, las personas tienden a probar esta experiencia que ofrece este exclusivo producto/servicio, quienes padecen esta condición poseen muchas facilidades a la hora de buscar opiniones, ya sea mediante foros o páginas web.

- Productos sustitutivos

Al encontrarse nuestro servicio/producto en un sector que es poco dinámico y con poca esperanza de competencia, no sería normal que en principio aparezcan productos muy parecido ni idéntico al nuestro, debido a la complejidad que requiere crear este tipo de establecimientos y las veces que se intentó poner en marcha dicho proyecto.

Se encuentran de diferentes maneras:

- Sustitución en general: Con esta forma no sería tan preocupante en comparación con otros productos sustitutivos.

- Sustitución producto por producto: Este caso consistiría en la aparición de otra pista. La manera de continuar funcionando es a través de nuestra calidad y precio sin dejar de lado la fidelidad de nuestros clientes.

-Sustitución de la necesidad: Debemos tener en cuenta que como cualquier condición se le está buscando cura y hoy en día el remedio es una dieta. Existe la posibilidad de hacer carreras y competiciones de coches de carrera al aire libre tanto organizadas como no, pero no es comparable la seguridad como en Tenerife Racing Ring.

- Rivalidad entre competidores

Tenerife Racing Ring; Sería pionero en la isla por lo que en el archipiélago no habría competencia directa con lo que conlleva la ventaja competitiva que aprovechamos para abarcar mayor mercado posible.

A pesar de ello, se seguirán estrategias basadas en darse a conocer a través del marketing. Mediante folletos, redes sociales y el “boca a boca” de las personas.

### **->Análisis DAFO:**

→ Variables internas:

- Debilidades:

Dado que aportamos una actividad a Tenerife que es nueva, tenemos el riesgo que ello conlleva, abrir el mercado no es una tarea fácil. Además, tenemos la contrapartida de que mucha gente dirá que para pagar por dar vueltas en un circuito prefiere disfrutar de muchas de las carreteras que tiene la isla.

- Fortalezas:

De la misma manera que ser los únicos y primeros supone un punto débil, en la otra cara de la moneda, tenemos que para este negocio poseemos un monopolio. Además, contamos con un gran número de clientes potenciales, tales como los clubs autóctonos de la isla o incluso del archipiélago.

→ Variables externas:

- Oportunidades:



Gracias a estar localizados en Tenerife, spot de prueba de un gran número de marcas de la altura de Lamborghini, a lo largo de los años no solo podrán utilizar nuestras carreteras para aprovechar el gran desnivel que hay en tan poco tiempo; sino que también tendrán el lujo de poder probar en un mismo punto geográfico el límite de los coches (ya que esto no se puede hacer en carreteras abiertas). Al ser los primeros al menos durante unos años, tendremos la facilidad de ser conocidos rápidamente en la isla, así como reconocido por nuestro público.

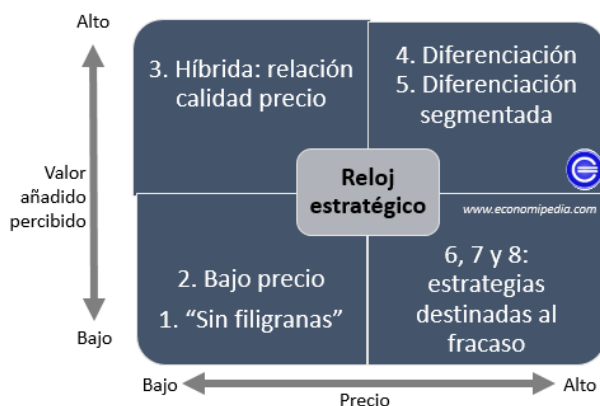
- Amenazas:

Nuestra mayor amenaza podría ser la aparición de un nuevo competidor. Hoy en día en la zona donde construiremos el circuito, hay un gran número de terrenos que pueden ser explotados. A esto hay que sumarle que gran parte de los turistas que recibe la isla proviene de gente de Rusia con un alto poder adquisitivo, y si viesen esto como una oportunidad de negocio no dudarían en hacerlo. Otra amenaza que tenemos es que la gente prefiera seguir haciendo como ha hecho siempre, salir de ruta por las diferentes carreteras de montaña que cuenta la isla, ya que no es monótono y además, tiene un coste monetario nulo.

<p><b><u>DEBILIDADES</u></b></p> <p><b>RIESGO DE ABRIR MERCADO INSULAR</b></p> <p><b>ALTAS CARRETERAS QUE TIENE LA ISLA</b></p> <p><b>ALTA INVERSIÓN NECESARIA</b></p>	<p><b><u>AMENAZAS</u></b></p> <p><b>LLEGADA DE NUEVO COMPETIDOR</b></p> <p><b>DIFERENTES CARRETERAS DE MONTAÑA</b></p>
<p><b><u>FORTALEZAS</u></b></p> <p><b>PIONEROS EN LA ISLA</b></p> <p><b>GRAN NÚMERO CLIENTES POTENCIALES</b></p> <p><b>APOYO INVERSORES</b></p> <p><b>APOYO INSTITUCIONAL</b></p>	<p><b><u>OPORTUNIDADES</u></b></p> <p><b>SPOT DE PRUEBA DE UN GRAN NÚMERO DE MARCAS DE LA ALTURA DE LAMBORGHINI</b></p> <p><b>SER RECONOCIDOS RAPIDAMENTE EN LA ISLA.</b></p> <p><b>ATRACTIVO DEL NEGOCIO</b></p>

c. **La competencia: identificación de las empresas competidoras y estrategias.**

- Reloj estratégico:



Fuente: <https://www.google.com/search?q=reloj+estrategico&source=ln>

Fue inventado por Cliff Bowman. Es una parte importante dentro de la gestión estratégica de la empresa. Ayuda a determinar gráficamente su posición estratégica y ayuda a otras empresas a ganar una posición competitiva más alta. Las diferentes estrategias que se pueden adoptar están dentro de un mismo departamento

Al calcular diferentes posiciones estratégicas, considere el valor percibido de los clientes y los precios de diferentes bienes y servicios. Está representado por una matriz (lo podemos llamar una "matriz de clientes" y un reloj estratégico), porque esta es la forma más efectiva de encontrar la relación entre el valor que los clientes perciben de nuestros productos y servicio.

Basamos nuestro reloj estratégico al punto N 4, en estrategia de diferenciación. A través de la estrategia de diferenciación, movimos el reloj al No. 4, donde encontramos que, si bien el valor percibido de los productos ofrecidos es superior a los vistos antes, ofrecen productos a precios similares a los de sus competidores porque no buscan ya competir a precios bajos. Lo que el cliente percibe es que debido al valor agregado que se le brinda, obtiene un valor mayor y está dispuesto a pagar por ello. Como en nuestro caso, disfruta el valor del circuito de forma segura.

Para analizar la rivalidad del mercado con los competidores actuales, veremos algunos factores que determinan la competencia:

- **Maduración del mercado:** Al ser un proyecto nuevo (se había planteado anteriormente pero nunca llevado a cabo) se encuentra en la etapa de crecimiento, cuenta con numerosas innovaciones, tanto en su producto como en el servicio que ofrece.

- **Rentabilidad:** Como a este tipo de restaurantes viene un tipo de cliente específico, se podría considerar rentabilidad a la recurrencia de nuestro público objetivo, es decir basándose más en la cantidad de competiciones que se pacten por mes/temporada, sin dejar a un lado la adquisición de nuevos clientes (club socios, escuela piloto).

- **Competidores:**

- Circuit de Catalunya (Barcelona)
- Jerez Ángel Nieto (Cádiz)
- Circuito de Jinamar (Las Palmas de Gran Canaria)

La Real Academia Española (RAE) define la competencia como una "situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio". La palabra competencia es muy amplia, ya que implica muchas características sobre el servicio.

Cuando nos planteamos el proyecto de un circuito de carreras, observamos que en esta isla se habían iniciado diversos proyectos con la misma idea que ilusionaron a cientos de aficionados y turistas que siempre acabaron con el mismo desenlace, la no finalización del proyecto, por lo que uno de los pasos importantes y de nuestro compromiso es devolver la ilusión a esos aficionados.

Hemos identificado nuestro nicho de mercado principalmente a amantes de la velocidad, pero no se considera que sea el único cliente final, ya que como se ha mencionado anteriormente, no podemos ubicarnos como un lugar más de ocio y entretenimiento tales como los parques acuáticos, zoos o actividades de la isla.

El circuito debe evolucionar constantemente, realizar cambios y ampliar nuestra gama de ofertas. Son los clientes, según las ventas y las calificaciones, los que nos dan la calificación, mediante una encuesta pública. Contaremos con un foro dentro de la página web, donde cada cliente podrá dar su opinión, ya sea mala, que lo utilizaremos como una ayuda para hacer hincapié en nuestros defectos; así como una buena valoración que puede servir como promoción.

**d. Modelo Canvas.**

A continuación, presentamos las principales características del modelo de negocio a través del formato de lienzo Canvas.

**MODELO CANVAS**

<b>Aliados Clave</b> -Los socios (nosotros) -Constructora. -Clubs de automóvil.	<b>Actividades Clave</b> -Atención al cliente -Reservas por solicitud de clubs, marcas, etc.	<b>Propuesta de Valor</b> -Ofrecer al cliente un lugar seguro donde disfrutar de la carretera. -Crear un punto de encuentro donde el mundo del motor se sienta identificado.	<b>Relación con el Cliente</b> -Redes sociales. -Presencia en eventos del automóvil. -Página Web	<b>Segmentos de Clientes</b> -Aficionados al motor locales. -Aficionados extranjeros. -Clubs de automóvil tanto extranjeros como locales. -Marcas de coches. -Pilotos locales.
	<b>Recursos Clave</b> -Experiencia única. -Localización. -Página web. -Relación con clubs de automóvil.		<b>Canales</b> -Espacio físico -Redes sociales -Página web -Concesionarios	
<b>Estructura de Costes</b> -Costes de construcción, que serán fijos. -Costes de la actividad que habra tanto fijos como variables.			<b>Estructura de Ingresos</b> -Venta de servicios	

**e. Participación prevista en el mercado.**

1.-Contar con la oferta turística de la isla además de contar con la climatología para la hora de elegir competir aquí.

2.-No frenarnos o limitarnos en competiciones sino también como puede ser cursos de verano o competiciones privadas.

3.-Más adelante podríamos añadir una pista de motocross en sus instalaciones permitiendo así ampliar el mercado.

En el plan económico-financiero culminan los planes de actuación y da lugar a la convergencia de éstos, lo que llevará a comprobar la coherencia financiera del proyecto, mostrando en unidades monetarias la planificación cuantitativa que recoge las previsiones anteriores como la inversión, los gastos y los ingresos previsionales.

## **6. Marketing y comercialización.**

### **a. Presentación del servicio.**

Las metas de marketing de la empresa siempre deben ser reconocidas por las metas y objetivos. estrategia de la empresa. Esencialmente, deben ser concretas, realistas, voluntarias, trabajo comercial.

El propósito del plan de marketing es definir los objetivos comerciales y establecer Estrategias para lograr estos objetivos. El marketing trata principalmente de averiguar Comercializar objetivos y encontrar la manera de alcanzarlos de la forma más eficaz y eficiente. posible. Por eso, queremos que sea un conjunto de procesos para crear, comunicar y comunicar Aportar valor a nuestros clientes y gestionar la relación con ellos. No fuera Vende mucho, pero comunícate con los clientes. Para este proyecto, queremos El plan de negocios está orientado al consumidor y comprende la forma de pensar. Cada uno de ellos y sus necesidades.

La idea que queremos llevar a cabo para construir nuestra empresa, como ya hemos ido adelantando anteriormente, se trata de la construcción de un circuito, para ofrecer el servicio de renting, de diferentes maneras, pero todas las actividades se basan en el uso del circuito físico.

En primer lugar, la actividad más simple que un cliente podrá disfrutar es la de alquilar de manera individual la pista para una única tanda. En este caso compartirá el circuito con más clientes que hayan contratado este servicio. El paso siguiente dentro de esta rama es juntarse un grupo de amigos, y pedir tener una tanda cerrada, donde en ese tiempo ellos serán los únicos dentro del circuito. A este servicio se le puede añadir un extra, que es la participación de un instructor que enseñará a los clientes como realizar la trazada óptima de la pista, así como como sacar el máximo rendimiento de su vehículo teniendo en cuenta las características técnicas de este, si se trata de una tracción delantera, trasera o cuatro, así como si es un motor delantero, central o trasero.

En segundo lugar, ofreceremos nuestras instalaciones para marcas que quieran hacer eventos o algún club del automovilismo. Básicamente es lo mismo que lo anterior, pero la diferencia es que tendrán disponibilidad no solo del circuito para su uso exclusivo, sino también el restaurante, así como los boxes.

En tercer lugar, daremos nuestro circuito a la disponibilidad de la federación española del automovilismo para la realización de pruebas a nivel autonómico como nacional. Además, estaremos dispuestos a acoger pruebas que serán de carácter internacional, ya que nuestro circuito contará con los requisitos para acoger pruebas de tal envergadura.

En cuarto lugar, lo que más cómodo supone para nuestra empresa, es el alquiler por temporadas para escuderías de coches o marcas que quieran realizar pruebas. Tenemos este servicio a la disponibilidad que supone el que mayores aportaciones monetarias nos da y que menos problemas puede ocasionar dentro de la pista ya que los arrendadores son gente experimentada y cuenta con todo su propio equipo.

**b. Políticas de marca.**

El plan de acción alcanzó su culminación en el plan económico y financiero y condujo a la convergencia entre otras cosas, esto resultará en verificar la consistencia financiera del proyecto, mostrando la unidad monetaria incluye un plan cuantitativo previamente predicho, como inversiones, gastos e ingresos por pensiones.

**c. Determinación del precio de venta y política de precios.**

El precio para este tipo de negocios puede ser uno de los factores importantes al determinar las posibles ganancias y pérdidas futuras de la empresa. El precio no es más que el valor de las transacciones en el mercado, pero la opinión del cliente afectará en gran medida el futuro de la empresa. Por tanto, además de definir el beneficio que queremos para cada servicio, que afectará la impresión de los consumidores de nuestro circuito y comparación con otros circuitos competidores, fuera de la isla ya que somos pioneros.

Tuvimos en cuenta la lista de precios del Circuito de Jarama para tener como referencia. Hemos decidido aplicar diferentes tarifas dependiendo principalmente de los servicios que se pidan de manera extra. Para determinar el precio, hemos hecho una selección de los datos no cuantitativos a tener en cuenta, son los siguientes:

- El cliente al que va dirigido nuestro producto: dado que la persona que decide ir a un circuito, suele buscar el mayor rendimiento de los coches, por lo tanto, asumimos, que estará dispuesto a pagar cantidades altas por la prestación del servicio, ya que tanto el cliente como nosotros sabemos que es un mundo que se necesitan recursos para disfrutar.

- El servicio que ofrecemos: sabemos que tanto en la actividad de que venga una persona a correr o a disfrutar como espectador, contamos con un monopolio a nivel isleño y un oligopolio a nivel insular.

- Coste de la inversión inicial: tenemos que tener en cuenta el precio que nos ha costado montar las instalaciones, así como el precio que costará realizar el mantenimiento de la pista, que no ocurre con mucha frecuencia pero que es de un coste elevado.

- La posibilidad de que aparezca un competidor: como hemos ido mencionando anteriormente, tener un producto sustitutivo en la misma zona geográfica es muy complejo debido al costo que tiene, además de la dificultad de conseguir las licencias pertinentes.

#### **d. Penetración en el mercado; canales de distribución, red comercial...**

La mejor práctica para una penetración de mercado efectiva y próspera es desarrollar estrategias basadas en precio e imagen de servicio. El público al que nos enfrentamos queremos brindar una orientación especial a las personas que sufren de oferta insuficiente y precios altos.

Por eso tendremos una nueva penetración de mercado audaz. Nuestra intención en el posicionamiento de producto es el servicio que brindamos. La raíz de jengibre prueba el precio, el servicio y la calidad del producto. A diferencia de, Posicionamiento de marca, debemos considerarlo como un servicio premium y propietario sobre los tipos de productos que ofrecemos.

#### **Canales de distribución**

El objetivo principal de la distribución es trasladar el producto desde el lugar de origen a El consumidor final. En nuestro negocio, el lugar de origen será el proveedor de nuestros productos, y El consumidor final será el cliente que consumimos estos productos.

La publicidad realizada en las redes sociales y las actividades de patrocinio, en donde contamos con la colaboración del Campeón de España de carreras que nos patrocina a través de sus principales redes sociales, se mantendrá de manera indefinida en el tiempo, de la misma manera que la página web. También se contará con los flyers en todos los ejercicios económicos.

También, el resto de acciones como la publicidad en radio y la rotulación de autobuses, serán colocados posteriormente, algo que se podrá utilizar en el futuro de acuerdo con los resultados o del tipo de evento celebrado

## **MATRIZ BCG**

Esta matriz nos ayuda a la empresa a analizar su cartera de productos para proponer la estrategia más recomendable a llevar a cabo.

La matriz consta de dos ejes. El eje vertical representa la tasa de crecimiento del mercado (demanda de un producto en un mercado), el eje horizontal representa la participación de mercado (ventas de nuestro producto / ventas totales del producto en el mercado).

### Producto perro

Tiene un bajo crecimiento de mercado y también una baja cuota de mercado es incluso recomendable valorar su eliminación de la cartera de productos, dado que pueden llegar a dar resultados negativos.

-Servicio de restauración:

La idea que tenemos, es ceder el espacio propio dentro del inmueble para realizar tal actividad.

### Producto vaca

Se trata de productos con una alta cuota de mercado y una baja tasa de crecimiento, lo cual se traduce en productos ya maduros totalmente consolidados en el sector.

Lo que más cómodo supone para nuestra empresa, es el alquiler por temporadas para escuderías de coches o marcas que quieran realizar pruebas. Tenemos este servicio a la disponibilidad que supone el que mayores aportaciones monetarias nos da y que menos problemas puede ocasionar dentro de la pista ya que los arrendadores son gente experimentada y cuenta con todo su propio equipo

### Producto estrella



Los productos estrella tienen un alto crecimiento y una alta participación de mercado. Son además grandes generadores de liquidez, y se encuentran en un ambiente dinámico, por lo cual es importante prestarles atención y serán las Competiciones privadas o autonómicas

### Producto interrogante

Son productos con un crecimiento elevado, pero con una participación débil en el mercado, pero al tener una escasa participación en el mercado los ingresos que genera son en principio bajos, en el caso de nuestro proyecto el producto interrogante será la actividad más simple pero más frecuente con la que contaremos, que un cliente disfrute de alquilar de manera individual la pista.

### **e. Estrategias de comunicación y acciones de promoción.**

De modo a estar presente en la mente de nuestros clientes potenciales, basaremos nuestra publicidad en diferentes redes sociales. El presupuesto que destinamos para marketing estará enfocado en estar presente en las primeras posiciones de las mismas.

Contamos como mencionamos anteriormente con la colaboración de LUIS MONZÓN para nuestra inauguración y semanas de competición donde nos dará publicidad en sus principales redes.

Siendo más precisos, contaremos con una cuenta de instagram, facebook y twitter, donde pondremos publicaciones semanalmente y en el perfil se podrá acceder a la página web, donde se podrá contactar con la empresa, hacer reservas y estar al tanto de los eventos y posibles descuentos.

### **f. Previsión de ventas.**

Los principales ingresos vendrán dados por la prestación de servicio ofertados, los cuales están centrados en el alquiler a personas particulares, entidad relacionada con el mundo del motor y también los cursos de conducción.

A la hora de escoger la metodología para calcular los ingresos, teníamos dos circuitos referentes para recoger los datos. Por un lado, tenemos el Circuit de Catalunya y el circuito de Jarama. Hemos decidido guiarnos en un principio con el de Jarama ya que se asemeja más a los primeros años de actividad de nuestro circuito; principalmente

porque el circuito de Cataluña acoge pruebas de primer nivel por las cuales hay que pagar cantidades millonarias (Formula 1 o Moto Gp).

En un futuro, a partir del tercer o cuarto año de actividad, es cuando se plantea hacer una expansión de las instalaciones para poder acoger pruebas de primera, como son F1 y Moto Gp. Por el contrario, si se espera acoger en el segundo año de actividad los tests de las mismas competiciones.

Después de conversar con el dueño del circuito indoor de karts de Santa Cruz de Tenerife con respecto a laS tarifas que tiene por el servicio que ofrece y calcular los márgenes y el porqué de esas tarifas, hemos establecido las nuestras propias. Con respecto al precio para todo lo demás, es decir, lo que no está relacionado con los karts, hemos podido hablar con el que lo gestiona en el circuito de Las Palmas de Gran Canaria, a continuación, mostramos las tablas en el cual se desglosan las tarifas y por ello, los ingresos de la empresa para los tres primeros años.

Tabla con ingresos anuales:

Actividad	2021	2022	2023	2024
Actividad principal	1.542.250,00 €	1.573.095,00 €	1.604.556,90 €	1.636.648,04 €
Competiciones	23.000,00 €	23.460,00 €	23.929,20 €	24.407,78 €
Venta entradas	62.000,00 €	63.240,00 €	64.504,80 €	800.000,00 €
Arrendamientos	152.800,00 €	155.856,00 €	152.800,00 €	152.800,00 €
<b>Total ingresos</b>	<b>1.780.050,00 €</b>	<b>1.815.651,00 €</b>	<b>1.845.790,90 €</b>	<b>2.613.855,82 €</b>

Tabla con desglose de los ingresos por las tandas y los cursos:

Desglose de los ingresos.			
Actividad principal			
Evento	PVP	Nº eventos	Ingresos anual
Tandas piloto 2H	150	1000	150.000,00 €
Tandas copiloto 2H	30	175	5.250,00 €
Tanda grupo media jornada	1000	35	35.000,00 €
Tanda grupo jornada completa	1750	20	35.000,00 €
Alquiler de casco	25	500	12.500,00 €
Curso nivel A (experto)	1500	200	300.000,00 €
Curso nivel B (intermedio)	1250	90	112.500,00 €
Curso nivel C (principiante)	1000	280	280.000,00 €
Cursos conducción moto	600	800	480.000,00 €
Cursos conducción moto grupo	4000	33	132.000,00 €
			1.542.250,00 €

Tabla para ingresos por realizar eventos propios:

Ingresos por actividad 1º año			
Prueba Rally	7000	2	14.000,00 €
Competición Kart Cpto CCAA	6000	1	6.000,00 €
Competiciones Kart Cpto Insular 1ª prueba	3000	1	3.000,00 €
Ingresos para hacer actividad			23.000,00 €

Tabla para los primeros años de actividad con los ingresos por venta de entradas para competiciones:

Venta de entradas para primer año			
Venta entradas prueba rally	35	600	21.000,00 €
Venta entradas prueba kart CCAA	15	300	4.500,00 €
Venta entradas prueba kart insular	5	100	500,00 €
Venta prueba Superbike	40	400	16.000,00 €
Venta evento Copa Mini	25	800	20.000,00 €
			62.000,00 €
Venta entrada a partir segundo año			
Venta prueba F1	110	200	22.000,00 €
Venta prueba Moto GP	90	350	31.500,00 €
			53.500,00 €
Venta entradas a partir tercer año			
Venta para la copa Ferrari	135	855	115.425,00 €
			115.425,00 €
Venta entrada a partir cuarto año			
Venta para 24 horas de Spain -nivel europeo-	200	4000	800.000,00 €
			800.000,00 €

Tabla con los ingresos por arrendamientos:

Arrendamientos (aplica a todos los años)			
Evento	PVP	Nº eventos	Ingresos anual
Alquiler zona bar	2000	12	24.000,00 €
Alquiler taller (1 boxes x 1 semana)	400	12	4.800,00 €
Alquiler explotación parking	5000	12	60.000,00 €
Alquiler autolavado	3000	12	36.000,00 €
Alquiler vallas publicitarias (hay 8 vallas)	3500	8	28.000,00 €
			152.800,00 €

Por lo tanto, tenemos previsto unos ingresos para el primer año de actividad de 1.780.050,00€. Para el segundo año esperamos seguir un crecimiento de manera a mantenernos en línea con el primer año. Como se puede observar en las tablas, a partir del segundo año es cuando veremos un aumento exponencial de los ingresos por la acogida de pruebas de carácter internacional.

**g. Garantías, servicio técnico, atención al cliente y servicio post-venta.**

Nos centraremos en ayudar a todas aquellas personas que tengan alguna duda del servicio que vamos a prestar, así como reservas on-line o pedidos a domicilio. Tendremos también a personas subcontratadas para atender al cliente que necesite algún consejo o ayuda con respecto a estas dietas. El servicio técnico será mínimo ya que

nuestro negocio es de servicio y el mantenimiento será mínimo, a no ser de alguna avería o reparación puntual que se deba hacer.

## **7. Plan de operaciones.**

### **a. Determinación del proceso de prestación del servicio.**

A continuación, prepararemos un análisis de los procesos utilizados en la empresa cronológicamente, detallando los pasos necesarios y los elementos requeridos para que la idea de negocio llegue hasta el cliente.

Para planificar el plan operativo a realizar, es necesario establecer un proceso que muestre el desempeño de la empresa en relación al desarrollo del cliente y el cliente en el circuito.

Entrada de cliente: En el momento en que un cliente ingrese en el circuito por primera vez, obtendrá la información necesaria del responsable de relaciones públicas en la entrada, para que pueda visitar el centro y consultar cualquier tipo de duda.

Limpieza: El circuito se encarga de limpiar las áreas públicas de la instalación. Los responsables de los stands y restaurantes se encargan de su limpieza.

Promoción: nuestra intención es que el cliente se pueda ver sorprendido en el negocio por multitud de posibilidades. Como por ejemplo por las experiencias de otros clientes, por un research on-line, por la recomendación de cadenas hoteleras, por un turoperador o por la marca que tenemos para promocionarse. Para la empresa, ha de ser un factor determinante ya que va a incidir bastante en darse a conocer al público objetivo tanto para el alquiler del circuito para competición privada, como para los cursos que se ofrecen.

### **b. Selección de instalaciones y equipos necesarios.**

Selección de instalaciones y equipos necesarios.

En nuestro circuito dispondremos de los siguientes elementos:

- Línea de salida y meta

- Parrilla de salida
- Boxes (10)
- Muro pit line
- Vía de entrada/salida pitlane
- Protección
- Cafeteria
- Grada
- Centro médico

### PARRILLA DE SALIDA

El ancho de pista de la parrilla de salida debe ser de al menos 12 m; este ancho debe mantenerse hasta la salida de la primera curva. La distancia entre vehículos consecutivos (desde la parte delantera de un vehículo hasta la parte delantera de otro vehículo) Nunca será inferior a 6 m

### BOXES

Contamos con 10 boxes que estarán colocados debajo de las gradas. Para los torneos de nivel nacional aprobados por RFEdeA, generalmente se incluye una estructura robusta, dividido entre diferentes dispositivos y protegido La longitud de cada caja debe ser de al menos 4 metros y el número de boxes debe ser al menos igual a Vehículos en carrera (máx. 10).

### MURO PITLANE

El muro de pit lane digamos que es un muro que separa el pit lane de la pista, que está formada por varios bloques hormigón conectado en los extremos y equipado con un sistema de protección de proyección. El muro pit line del carril deberá sobrepasar al menos 25 m por encima de la primera y última casilla en ambos extremos.

### VÍA ENTRADA/SALIDA

La entrada al Pit Lane debe tener una longitud al menos igual a la distancia necesaria para que el vehículo más rápido decelere desde la velocidad máxima alcanzable en la pista en el punto donde entra hasta detenerse antes del primer box.

La vía de salida debe formar un ángulo de 3 a 5 grados con la pista en el punto de intersección. Su anchura debe reducirse gradualmente desde la anchura del Pit Lane hasta 5 m en el punto de intersección.

## GRADA

La grada es una parte importante a tener en cuenta para conseguir más clientes que disfruten de la competición y a la vez puedan consumir en nuestra cafetería disfrutando de unas magníficas vistas.

Su localización fue imprescindible y se ubicará encima de los boxes dando así emoción cuando los coches entran a repostar o cambiar ruedas, mientras las vistas al circuito de esta manera son plenas.

El número máximo de asistentes vendrá comprendido entre un máximo de 300 asientos.

## CAFETERÍA

Contaremos con una subcontrata de alguien ya metido en el sector y se ubicará en la entrada de la grada, manteniendo en principio el horario de 13.00 a 18.00.

## CENTRO MÉDICO

El Artículo 2.7.3.4 del Anexo H especifica que un centro médico es obligatorio para todos los circuitos que deseen organizar una competición inscrita en el Calendario Deportivo Internacional de la FIA.

Teniendo en cuenta nuestros primeros años de trayectoria, únicamente contaremos con atención médica avanzada cuando haya competiciones. El cual se compone de un hospital móvil que cuenta con varias camas de atención para atender a los clientes, además se podrá trasladar al paciente al hospital más cercano si fuese algo muy grave que requiere de un quirófano. Esto ya viene pactado con el organizador de la competición y los gastos son incluidos dentro de la tarifa que este nos paga por arrendarle el circuito. Más adelante, tal y como vemos en el tercer año, comenzaremos a

albergar competiciones de alto nivel, a nivel europeo incluso mundial; en este punto, teniendo en cuenta el beneficio de los años anteriores, construiremos un hospital fijo.

**c. Cálculo de costes.**

Es muy importante para poder gestionar correctamente una empresa, saber identificar y calcular los costes de producción. Asimismo, son necesarios para establecer los precios de venta y poder obtener un resultado financiero positivo.

Pensar y saber cómo identificar costos fijos y dispares es una de las actividades clave para administrar un negocio de manera más adecuada. De esta forma, son necesarios para estimar escenarios y determinar precios de venta. A continuación, se explican en detalle las cuentas en las que incurre la empresa tanto por costes fijos como variables. Costos fijos son costos que no difieren según el volumen de ventas o la actividad que realiza la empresa. Son independientes del nivel operativo de la empresa, pero son necesarios para el desarrollo de la actividad

**d. Control de calidad y certificaciones pretendidas.**

A continuación, nos centramos en los certificados que la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) garantiza en los productos y servicios que vamos a dar y que los proveedores nos van a suministrar.

Las licencias de circuito RFEdA se expiden en clases de 1 a 2 según el tipo y grupo de vehículos para los que el circuito se considera adecuado y que se emiten exclusivamente con el fin de permitir la inclusión de carreras en el calendario nacional de la RFEdA para categorías de vehículos especificado.

Cada clase de licencia también se aplica a todas las categorías de vehículos de las clases inferiores. donde 1 es el grado más alto. La concesión de una licencia es un requisito previo para presentar una solicitud. Todas las competiciones del calendario deportivo nacional de la RFEdA en la categoría cubierta para la licencia, incluidas todas las carreras en pista, pero no incluidas en el itinerario de un rally solo suficiente para incluir una competencia bajo a en el calendario Campeonato.

La federación tendrá que ser informada de todos los cambios que van a ser agregados al circuito en relación con el último informe de inspección de la RFEdA antes de la concesión de la licencia. El proyecto de cambio se muestra en el diagrama de circuito firmado por los inspectores además de que cada año será obligatoria una

inspección antes de la primera prueba de un campeonato de España organizado en el circuito.

- Marca N de AENOR: es un símbolo que tiene como significado la calidad y seguridad del producto, es un elemento diferenciador en el mercado que mejora la imagen de los productos y generando confianza entre clientes y consumidores.

ISO 10002: Gestionar de manera eficaz las reclamaciones y conseguir la satisfacción del cliente. Gracias a este estándar una empresa, usuario o cliente De lo contrario, puede proporcionar a la empresa una reclamación por el servicio o producto. Infórmese sobre el estado de su reclamo en cualquier momento.

**e. Fecha de puesta en marcha y programación de actividades.**

La construcción se pondrá en marcha en el verano de 2021, teniendo en cuenta que la preparación del terreno y construcción de las instalaciones, llevará 21 meses. Teniendo en cuenta la información previa, estará el circuito preparado en verano 2023.

Por ello, sabiendo esto, hemos podido cerrar algunos eventos de cara a los primeros años de actividad. En el primer año contaremos con una prueba del campeonato insular de rallyes, una prueba clasificatoria para el campeonato insular y por último la prueba del campeonato de Canarias. A su vez, a nivel mundial, contaremos con una prueba del mundial de Superbikes y la prueba nº4 de la copa Mini Cooper.

En el segundo año de actividad, iremos un paso más lejos y hemos conseguido obtener las siguientes pruebas, de la categoría reina F1 y Moto Gp, los equipos tendrán que hacer sus jornadas de pretemporada en nuestras instalaciones.

Por último, en el tercer año, hemos tenido el lujo de cerrar una de las 20 pruebas que hay por todo el mundo de la copa Ferrari, donde vendrán de los mejores coches, pilotos y equipos de la escudería.



## 8. Localización.

### a. Criterios de localización.

El circuito estará en las Islas Canarias, en Tenerife, en concreto en la zona sur de la isla por varios motivos que respaldan localizarlo aquí. La climatología es favorable durante gran parte del año, necesario para poder hacer un uso óptimo del circuito.

A su vez, se suma que, en toda esta zona, entre el sur de la isla y la capital hay un gran número de terrenos que pueden ser explotados, y por lo general su precio es bajo porque no hay nada alrededor a muchos kilómetros a la redonda. En la ZONA DE ARICO, mapas de ubicación del circuito dentro del municipio de Arico y de la isla de Tenerife.



Además, la localización elegida no creará un gran impacto que perjudique a la fauna y flora del lugar, puesto que se trata de una zona baldía y se acordó el traslado de las pocas especies que allí habitan a otro lugar para su desarrollo

### b. Terrenos, edificios e instalaciones.

Como se ha ido explicando a lo largo de la redacción, el circuito se ubicará en el sur de la isla de Tenerife, concretamente en la zona de Arico, aproximadamente a unos 15 kilómetros del Aeropuerto Internacional Reina Sofía de Tenerife Sur. Esto se traduce en una gran facilidad para la recepción de personas del resto del archipiélago, pero aún más para público de carácter internacional. Además, contamos con la reciente inauguración del muelle en Granadilla de Abona, que se encuentra a unos escasos 5 kilómetros de la ubicación de las instalaciones.

El diseño como se ha mencionado previamente, está inspirado en el diseño del circuito de Jarama, con unos 4,9 kilómetros, ubicado en Madrid. Según hemos calculado, contará con 350.000 metros cuadrados, con una longitud total de 4.987,09 metros. Tendrá una recta, en donde se ubicará el paddock y boxes con unos 756 metros de

longitud que permitirá alcanzar una velocidad máxima de 315 km/h (calculado con un coche homologado para carretera). Contará con 9 curvas de izquierda y 11 de derecha, por lo que se calcula que la velocidad media en el mismo tipo de vehículo es de 175,9 km/h.

El diseño que se ha creado para el circuito, tiene 7 variantes diferentes, de tal manera que se puede hacer más corto para pruebas de kart o similares.

## DISEÑO PREVISTO



Fuente: *Imagen sugerida elaboración propia*

### c. Comunicaciones e infraestructura.

Al estar entre el sur y la capital de la isla, está perfectamente comunicada por la autopista TF-1. Por lo que está perfectamente comunicado, tanto para ir con tu propio vehículo o incluso transporte público. Además, cuenta con un aeropuerto internacional a unos 30 minutos y un puerto industrial a menos de 20 minutos.

Dentro de la infraestructura inicial del proyecto, contaremos con otras instalaciones tales como un restaurante el cual estará inspirado en el mundo del motor; como por ejemplo su carta. También una gasolinera que tendrá zona de autolavado, también un parking para la recepción de los vehículos del público así como los camiones de los equipos de primera categoría.

## **9. Organización y recursos humanos.**

### **a. Puestos de trabajo a crear.**

En este punto, se explicará detalladamente cómo se organiza la empresa. La empresa se separará de manera muy sencilla, cada uno de los socios fundadores se encargará de los departamentos esenciales que existen dentro de una empresa de este sector. También se mencionan los puestos que contratará la empresa, así como las tareas que estos requieren.

Los puestos de trabajo que son necesarios para poner en funcionamiento el restaurante, se prosiguió a clasificar a cada empleado en un nivel para saber su sueldo base exacto.

- Personal de seguridad
- -jefe de circuito: nivel A
- -jefe de boxes: nivel A
- -jefe de front desk: nivel A
- -personal de pie de pista: nivel D.
- -personal de boxes: nivel C.
- -personal administrativo: nivel B.

Una vez establecido el nivel de cada empleado y el sueldo base, se realizaron los cálculos para establecer el sueldo neto del trabajador, incluyendo la seguridad social.

Departamento financiero/compras/contrataciones: la persona responsable será principalmente Juan Pedro de la Cruz, ya que este ha escogido asignaturas optativas a lo largo de la carrera enfocadas a las finanzas de una empresa, cómo gestionar los ingresos y pérdidas, el nivel de endeudamiento óptimo. El será el encargado de presentar IAs las cuentas de pérdidas y ganancias, así como el balance de situación. A su vez, tendrá que encargarse de la gestión de los clientes, se enfocará en grupos grandes, buscar cerrar tandas privadas para marcas de coches, concesionarios, etc.

Departamento de marketing y comunicación: Alvaro Diaz dado que ha realizado algún curso extracurricular de marketing digital, se encargará de de promocionar nuestro servicio. El llevará todas las acciones en las redes sociales, decidirá qué contenido subir, cómo gestionarlas, donde publicitarnos. Todo ello, teniendo un conocimiento previo de nuestros potenciales clientes, así como nuestro público objetivo.

Departamento de RRHH: en este departamento ambos socios aportarán su granito de arena para llevarlo en conjunto. La función principal será la relación con los empleados, así como una vez se cierra un contrato con un cliente mantener una relación cercana, tenerle al tanto de todas las ofertas y actualizaciones.

Hay que destacar que a pesar de que se hace una separación de los cargos de cada uno de los socios, ambos tendrán que servir de apoyo en cualquier parte del negocio. Cuando se empieza un negocio, es muy importante la entrega al 100% de parte de los dueños, siempre habrá algún departamento que requiera más dedicación que otro. Hay que añadir, que, al ser un negocio de nueva creación, ambos socios estarán dedicados al 100% a este trabajo, sumándole que estarán en el lugar físico a diario, al menos durante la lanzadera.

**b. Distribución por categorías y asignación de responsabilidades.**

Proseguiremos con los puestos de empleo que requiere el negocio:

Jefe de circuito:

Función: este estará a pie de pista, en la zona de los boxes, contará con 4 personas más a su cargo. Él se encargará de saber cómo actuar en caso de accidente dentro de la pista.

Responsabilidades: su rol principal es asegurar que todo dentro de la pista ocurra de manera correcta, por lo tanto, seguridad y jefe de circuito van de la mano. Es necesario que antes de que comience una tanda explique a cada participante las reglas de circulación dentro del circuito, así como solventar cualquier duda pertinente.

Equipo: contará con un equipo de 4 personas que estarán repartidos por todo el circuito en su spot, lógicamente, se encontrarán en puntos críticos del circuito.

Jefe de boxes:

Función: colabora en gran parte con el jefe de circuito, se encarga de la seguridad dentro de los boxes, así como delimitar la zona para los corredores y los espectadores que vienen como acompañantes. Cuenta con un pequeño equipo de 2 miembros que estarán para solventar cualquier problema de mecánica rápida que requiera un cliente, por lo tanto, son mecánicos. Por último, el jefe de boxes será el encargado de servir como instructor offboard para los clientes.

Responsabilidades: de la misma manera que el jefe de circuito, este se encarga de la seguridad de los participantes fuera de pista. Cuando los corredores estén en acción, él estará en su paddock, donde contará con el seguimiento de los corredores, con los tiempos de cada uno por cada vuelta, así como si ocurre algo en la pista que lo comunicará al jefe de circuito.

#### Jefe de bar:

Este punto se ha decidido externalizar para quitarnos actividades secundarias que no son imprescindibles para el desarrollo de la actividad principal.

#### Jefe de front desk:

Función: básicamente será la persona de recibir al cliente cuando llegue presencialmente a las instalaciones. Se encargará de la coordinación con el interior y exterior de la pista.

Obligaciones: tendrá que tener siempre muy buena presencia, solventar cualquier contratiempo leve que ocurra. Además, en momentos libres servirá de apoyo a los socios promotores, sobretodo, con el tema de reservas, cerrar contratos con clientes, facilitar presupuestos, etc.

#### **c. Organigrama representativo.**



#### **d. Comunicación interna.**

La comunicación interna es una herramienta estratégica clave en las empresas, puesto que mediante un buen empleo de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los principios y retos a los que se enfrenta la compañía.

En un ecosistema empresarial basado en la tecnología y la innovación, la mente humana aún no ha encontrado sustituto.

La comunicación también nos ayuda a influenciar las actitudes y comportamientos de nuestros trabajadores, a saber, que opinan ellos, a ver otro punto de vista y a escuchar opiniones ajenas, de personas que no están involucrados en el restaurante.

#### **3 CLAVES PARA QUE SEA EFECTIVA:**

- Comunicación interna: cabeza y corazón. Según Huete, los directivos acostumburan a comunicar «mal y poco». ...
- Un equipo creíble, un mensaje homogéneo. Ya hemos indicado que la comunicación interna no consiste únicamente en trasladar información puramente organizativa a los empleados.
- Las ideas claras, los mensajes también. Para que estas ideas centrales vayan asentándose en la cultura de la empresa y en los empleados, es importante aprender a transmitirlos.

#### **e. Perfiles de las personas a contratar.**

El poco personal que contrataremos nosotros, buscaremos que sea de lo mejor que podamos encontrar a nivel local para cada puesto. Dentro de las características básicas que serán un requisito esencial son aquellas comunes a cualquier trabajo de cara al público, tales como buena presencia, buen trato personal...

Además de los requisitos mínimos, todo personal que contrataremos tendrá que haber estado relacionado fuertemente con el mundo del motor, ya sea de una o dos ruedas. Este requisito será fácil de cumplir ya que hay un gran número de personas relacionadas, ya sea con las competiciones de kart, de enduro, de subidas o rally locales.

**f. Selección del personal.**

Como comentamos antes, vamos a contar con la contratación de personal externo para completar la plantilla de la cafetería, por lo que se encargará la subcontrata, pero para la plantilla dentro del circuito, tienen que cumplir unos requisitos mínimos e indispensables como son los siguientes:

- 1) Tener experiencia en el sector de la hostelería al menos 1 año
- 2) Buena presencia
- 3) capacidad de adaptación y alta tolerancia puesto que es un nuevo negocio en la isla.
- 4) idiomas (ya que es una isla muy turística)
- 5) lealtad
- 6) polivalencia

**g. Formas de contratación.**

La empresa contará con la externalización de un gran número de tareas que son necesarias para el funcionamiento de la actividad principal, pero aquellas que están relacionadas directamente a la actividad, será un equipo reducido que seleccionarán los socios fundadores.

A diferencia de la mayoría de empresas que publican sus vacantes de empleo en portales, nosotros directamente conectaremos con gente local, hablaremos con ellos y decidiremos cual se ajusta mejor al puesto que solicitamos.

Durante el proceso miraremos su trayectoria laboral principalmente, pero también tendremos en cuenta su formación. Por ejemplo, si se trata de un mecánico para que esté presente en las tandas del circuito, buscaremos aquel que haya trabajado bastantes años como tal, en diferentes marcas si es posible para que tenga conocimientos generales. Sin embargo, el instructor, buscaremos alguien que, aparte de que haya sido piloto profesional o algo similar, trataremos que este tenga títulos que certifiquen que tiene idiomas, ya que no hay que olvidar que contaremos con un gran número de clientes extranjeros.

El proceso es muy sencillo, básicamente los socios buscarán ambos a través de conocidos o de gente que ellos conozcan directamente la vacante que necesiten, se

pondrán en contacto con él, se le tendrá un tiempo de prueba y por último si ambas partes están contentas se continúa con el trabajo.

#### **h. Política de retribución.**

De manera a poder calcular la retribución de los empleados, es necesario identificar al sector que pertenece nuestro negocio. Al fin y al cabo, nosotros ofrecemos un servicio, aunque somos dueños de las infraestructuras y todo el mobiliario, la materia prima (los coches, neumáticos, etc.) lo pone el particular.

Además, es necesario saber que el servicio que ofrecemos está relacionado con una actividad de alto riesgo, sobre todo por las consecuencias que pueden ocurrir si hay cualquier choque. Por ello los salarios irán directamente ligados al nivel de responsabilidad de cada empleado.

Sabiendo lo anterior, nosotros nos encontramos con dos niveles. Ya que no contamos con casi ningún empleado directo en nuestra actividad diaria. En caso de tener un evento, se contratará de forma temporal en función de las necesidades requeridas. Por ello destacamos a continuación los roles dentro de la empresa con su categoría pertinente:

- jefe de circuito: nivel A
- jefe de boxes: nivel A
- jefe de front desk: nivel A
- personal de pie de pista: nivel D.
- personal de boxes: nivel C.
- personal administrativo: nivel B.

Por último, hay que destacar las posiciones que están fuera de estos; sería el puesto que tendríamos dentro de la empresa, en la dirección, cada uno respondiendo en primer lugar a sus departamentos y a mayores rasgos respondiendo por cualquier motivo propio de la actividad de la empresa.



Tabla con los sueldos anuales por nivel de puesto:

Retribución anual al personal										
Puesto	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
jefe de zona -nivel A-	54.000,00 €	55.080,00 €	56.181,60 €	57.305,23 €	58.451,34 €	59.620,36 €	60.812,77 €	62.029,03 €	63.269,61 €	64.535,00 €
Asistente de oficina	14.400,00 €	14.688,00 €	14.981,76 €	15.281,40 €	15.587,02 €	15.898,76 €	16.216,74 €	16.541,07 €	16.871,90 €	17.209,33 €
Personal pie de pista -nivel D-	10.800,00 €	11.016,00 €	11.236,32 €	11.461,05 €	11.690,27 €	11.924,07 €	12.162,55 €	12.405,81 €	12.653,92 €	12.907,00 €
Personal de boxes -nivel B-	12.600,00 €	12.852,00 €	13.109,04 €	13.371,22 €	13.638,65 €	13.911,42 €	14.189,65 €	14.473,44 €	14.762,91 €	15.058,17 €
Directivos	100.000,00 €	102.000,00 €	104.040,00 €	106.120,80 €	108.243,22 €	110.408,08 €	112.616,24 €	114.868,57 €	117.165,94 €	119.509,26 €
Total	191.800,00 €	195.636,00 €	199.548,72 €	203.539,69 €	207.610,49 €	211.762,70 €	215.997,95 €	220.317,91 €	224.724,27 €	229.218,75 €

Tabla con la estimación cuota anual de SS a cargo de la empresa:

Seguridad social										
Puesto	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
jefe de zona -nivel A-	17.280,00 €	17.625,60 €	17.978,11 €	18.337,67 €	18.704,43 €	19.078,52 €	19.460,09 €	19.849,29 €	20.246,27 €	20.651,20 €
Asistente de oficina	4.608,00 €	4.700,16 €	4.794,16 €	4.890,05 €	4.987,85 €	5.087,60 €	5.189,36 €	5.293,14 €	5.399,01 €	5.506,99 €
Personal pie de pista -nivel D-	3.456,00 €	3.525,12 €	3.595,62 €	3.667,53 €	3.740,89 €	3.815,70 €	3.892,02 €	3.969,86 €	4.049,25 €	4.130,24 €
Personal de boxes -nivel B-	4.032,00 €	4.112,64 €	4.194,89 €	4.278,79 €	4.364,37 €	4.451,65 €	4.540,69 €	4.631,50 €	4.724,13 €	4.818,61 €
Directivos	32.000,00 €	32.640,00 €	33.292,80 €	33.958,66 €	34.637,83 €	35.330,59 €	36.037,20 €	36.757,94 €	37.493,10 €	38.242,96 €
Total	61.376,00 €	62.603,52 €	63.855,59 €	65.132,70 €	66.435,36 €	67.764,06 €	69.119,34 €	70.501,73 €	71.911,77 €	73.350,00 €

Tabla con el gasto total personal:

Total gasto de personal										
Total	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Total gasto de personal	253.176,00 €	258.239,52 €	263.404,31 €	268.672,40 €	274.045,84 €	279.526,76 €	285.117,30 €	290.819,64 €	296.636,04 €	302.568,76 €

**i. Previsiones de crecimiento del empleo.**

En Tenerife Racing Ring, según el estudio de mercado que se realizó según los datos y Es probable que las tendencias del mercado aumenten de manera constante, teniendo en cuenta la fluidez del público dentro de la pista de carreras. Por tanto, suponemos que habrá que contratar más empleados en unos meses. para continuar brindando servicios y productos de alta calidad. Asimismo, Tenerife Racing Ring ofrece a todos los empleados la oportunidad de mejorar su rango dentro de la empresa siempre que si se lo merecen. Este es un aspecto positivo ya que promueve la competencia amistosa y Productividad del empleado.

j. **“Externalización” de actividades, subcontratación, empresas colaboradas.**

Servicios exteriores	
	Importe
SS limpieza	1670
SS mantenimiento	1800
SS seguridad	2000
Anual	12
<b>total</b>	<b>65640</b>

Debido a que somos un nuevo negocio, queremos tener el menor número de personas a nuestro cargo, por lo que se traduce en un menor número de ocupaciones para los socios, así como para el equipo interno. Por ello, los socios junto al equipo de asesores voluntarios hemos decidido externalizar todas aquellas actividades no esenciales para el funcionamiento del circuito.

Hay que destacar las siguientes externalizaciones:

-Servicio de limpieza:

Hemos decidido externalizar estas labores ya que nos supone un ahorro, no solo en personal sino en todos los materiales que hay que tener. Además, dada nuestra actividad, hemos tenido que buscar una empresa que cuente con máquinas especiales para realizar la limpieza de toda la zona de boxes y paddock, donde hay una gran acumulación de grasas y líquidos que no pueden ser vertidos por las fosas comunes, son líquidos que deben de ser tratados de manera especial y llevados a sitios en concreto. La única empresa que ofrecía este servicio y se adaptaba a nuestros requerimientos es una empresa local que se llama: “Record Limpieza”. Esto supone un gasto de 1670€/mensuales, implicando dos personas y 24 horas semanales.

-Servicio de mantenimiento de la pista:

A pesar de ser algo que hará falta de forma muy prolongada en el tiempo y con una cierta periodicidad, el motivo principal es ahorrar tener personal que no es indispensable para la realización de nuestra actividad. En principio únicamente necesitaremos realizar labores de manera puntual cuando cualquier parte de la instalación lo requiera. Para estas tareas, contrataremos a la empresa “Record mantenimiento”, que por lo general enviará a dos trabajadores unas veinte horas semanales con un gasto mensual de 1.800€/mensuales.

-Servicio de seguridad:

El servicio de vigilancia que contrataremos será con el mismo grupo que las anteriores, esto supondrá un servicio de seguridad 24 horas durante los 7 días de la semana, por un importe mensual de 2.000€/mes.

En total, los gastos de externalización dan lugar a la cifra de 65.640€ al año.

-Servicio de restauración:

La idea que tenemos, es ceder el espacio propio dentro del inmueble para realizar tal actividad. Por ello, nosotros al cederlo, esperamos a cambio de los arrendadores que nos paguen un alquiler por el espacio. La cuantía que hemos determinado es de 2.000€ mensuales que podrá ser modificada en función del movimiento de las instalaciones. El contrato será anual con posibilidad a prolongación si ambas partes están de acuerdo, o, por el contrario, se podrá cancelar con un mes de antelación. A su vez, se exigirá garantías de poder asumir los pagos del mismo con la información pertinente, tales como la renta o nómina. Por último, se pedirá un adelanto de dos meses como fianza, que será de vuelta al finalizar el contrato si todo está tal y como se entregó.

## **10. Plan económico-financiero.**

En este apartado, es donde se verá cuán de viable es la propuesta de negocio. Permitirá ver si el plan es coherente no sólo en cuanto a la idea sino también a la parte financiera, la que es más importante para decidir llevar a cabo el negocio o no.

Antes de adentrarse en los números hay que tener en cuenta ciertas premisas que ocurrirán a la hora de llevar a cabo el proyecto:

- El pago del IGIC se realizará de manera anual mediante el modelo 425.
- Debido a la zona geográfica que nos encontramos, se aplicará el IGIC, que goza de una tasa impositiva menor que el resto de España.
- El porcentaje que aplica para el activo no corriente será calculado a través de las tablas de amortización de manera lineal.
- Se tiene en cuenta la inflación en los ingresos de la empresa, así como los gastos.
- El I.S es del 4% debido a pertenecer a la zona ZEC.
- Se realiza una previsión de todos los estados financieros a 3 años.
- Se pagará dividendos o reinvertirá en la empresa a 31 de diciembre.

### **a. Inversión inicial y necesidades económicas del proyecto**

De manera a poder poner en funcionamiento la construcción del circuito, y por ende la constitución de la empresa, se necesita incurrir a unos gastos iniciales. Estos son conocidos como el CAPEX, que supone la inversión en activos no corrientes, son los siguientes:

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>ACTIVOS N.C.</b>	<b>21.317.196,00 €</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>80.000,00 €</b>
<b>CONCESIÓN</b>	<b>500.000,00 €</b>
<b>IGIC ACTIVOS iniciales</b>	<b>1.532.803,00 €</b>
<b>DINERO DISPONIBLE</b>	<b>268.599,00 €</b>
<b>TOTAL</b>	<b>23.698.598,00 €</b>

Además, hay que sumar los gastos de arranque, tales como marketing, asesoría jurídica y las tasas pertinentes. Para ello hemos decidido contratar una firma como PWC que ofrece un amplio abanico de servicios profesionales

Costes fijos (anuales)			
Concepto	2021	2022	2023
<b>Sueldos y salarios</b>	253.176,00 €	258.239,52 €	263.404,31 €
<b>Servicios profesionales independientes</b>	<b>79.640,00 €</b>	<b>86.011,20 €</b>	<b>92.892,10 €</b>
Abogados	6.000,00 €	6.480,00 €	6.998,40 €
Auditoria	8.000,00 €	8.640,00 €	9.331,20 €
SS. Mantenimiento	65.640,00 €	70.891,20 €	76.562,50 €
<b>Presupuesto Marketing</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>1.000,00 €</b>
Identidad corporativo y redes sociales	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €
<b>Total</b>	<b>80.640,00 €</b>	<b>87.011,20 €</b>	<b>93.892,10 €</b>

Debido a que nuestra empresa únicamente ofrece servicios, ya sea clases con un monitor o el simple alquiler de la pista, no tenemos ningún tipo de stock. Es cierto que tenemos una gasolinera que se gestiona a través de un alquiler, en el cual tendrán la materia prima del combustible.

#### **b. Selección de fuentes de financiación.**

Existen diferentes modos para financiar un proyecto, cabe destacar los siguientes:

1. pedir un crédito al banco:
2. “business angels”
3. aceleradores e incubadoras de “startups”
4. “factoring”
5. “subvenciones y ayudas públicas
6. “bootstrapping”
7. campaña de “crowdfunding”
8. “bartering”
9. “presentar el proyecto a un concurso”
10. “ pedir dinero a familia y amigos”

Debido a la alta inversión que requiere este proyecto de negocio, la opción planificada es la siguiente:

Aportación de cada uno de los 2 socios promotores a través de su grupo familiar propio (3.900.000 € cada uno, 30% accionariado cada uno).

- Álvaro Díaz (grupo familiar): 3.900.000 € (30% accionariado).
- Juan Pedro De La Cruz (grupo familiar): 3.900.000 (30% accionariado).
- Aportación de grupo inversor externo (1): 2.600.000 € (20% accionariado).
- Aportación de grupo inversor externo (2): 2.600.000 € (20% accionariado).

Esto forma el capital social, los recursos propios iniciales (13.000.000); sabiendo que el proyecto tiene un costo de 21.397.196 €, los otros 10.698.589€ serán aportados a través de la contratación de un préstamo a largo plazo (ver cuadro de financiación préstamo).

**c. Plan financiero: inversiones, amortizaciones, cuadro de financiación, cuadro IVA, tesorería, cuenta de resultados previsional, balance previsional**

**CUADRO DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN INICIAL**

Para la construcción del circuito y la puesta en marcha del proyecto, es necesario una aportación de 23.698.598 millones de euros, de los cuales 13.000.000 millones son aportaciones de los socios e inversores y el resto proviene de un préstamo (ver tabla a continuación). Realmente la parte monetaria que va destinada el inmovilizado material es 21.317.196 €. Queda un colchón de 268.599 € para gastos de arranque y gastos iniciales. Se refleja también el coste de concesión del circuito (500.000 €)

INVERSIÓN INICIAL		FINANCIACIÓN INICIAL	
ACTIVOS N.C.	21.317.196,00 €	CAPITAL SOCIAL	13.000.000,00 €
ACTIVOS INTANGIBLES	80.000,00 €	PRÉSTAMO LP	10.409.846,00 €
CONCESIÓN	500.000,00 €	PRÉSTAMO A CP	288.752,00 €
IGIC ACTIVOS iniciales	1.532.803,00 €		
DINERO DISPONIBLE	268.599,00 €		
<b>TOTAL</b>	<b>23.698.598,00 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>23.698.598,00 €</b>

## AMORTIZACIONES DE ACTIVOS

Inmovilizado			
Tipo de inmovilizado	V. adquisición	%	cuota amortización anual
Aplicaciones informáticas	80.000,00 €	20%	16.000,00 €
Concesión	500.000,00 €	5%	25.000,00 €
<b>total amort intangible</b>	<b>80.000,00 €</b>		<b>41.000,00 €</b>
Equipos para procesos de información	130.000,00 €	10%	13.000,00 €
Terrenos y bienes naturales	155.000,00 €		- €
Construcciones	11.255.000,00 €	3%	337.650,00 €
Instalaciones técnicas	3.650.000,00 €		182.500,00 €
Equipamiento	3.475.000,00 €	5%	173.750,00 €
Alumbrado	175.000,00 €	5%	8.750,00 €
Otras instalaciones técnicas	5.377.196,00 €	5%	268.859,80 €
Otro inmovilizado material	750.000,00 €		37.500,00 €
Gradas	450.000,00 €	5%	22.500,00 €
Muros y rejas	300.000,00 €	5%	15.000,00 €
<b>total amort material</b>	<b>21.317.196,00 €</b>		<b>839.509,80 €</b>
<b>Total</b>	<b>21.397.196,00 €</b>		<b>880.509,80 €</b>

Tal y como mencionamos al principio del proyecto, hemos aplicado el porcentaje según las tablas que se establecen en el artículo 12 de La Ley 24/2014, del 27 noviembre. Dado que se amortiza en 30 años, sale la cifra de 29.350,33 mil euros al año. Por ello, tendremos la siguiente cifra para la amortización anual:

Años amortización	30
Amortización anual	29.350,33 €
Precio adquisición	23.698.598,00 €

Valoración contable activo	2021	2022	2023
Inicial	23.698.598,00 €	23.669.247,67 €	23.639.897,35 €
Amortización	29.350,33 €	29.350,33 €	29.350,33 €
Final	23.669.247,67 €	23.639.897,35 €	23.610.547,02 €

## CUADRO DE FINANCIACIÓN PRÉSTAMO

A continuación, reflejamos las condiciones del préstamo a solicitar modalidad ICO Empresas y Emprendedores, que hemos seleccionado y simulado para nuestro proyecto de negocio, reflejando las anualidades, cantidades amortizadas cada año e intereses.

Apalancamiento	45%
Importe financiado	10.698.598 €
Frecuencia de pago	Anual
Tipo interés nominal	2,0%
Tipo de interés efectivo	2,0%
Duración en años	28 Años
Número total de pagos	28 Años

Año	Período	Anualidad	Intereses	Amortización	Capital vivo	Capital Amortizado
	0				10.698.598 €	
2022	1	502.724 €	213.972 €	288.752 €	10.409.846 €	288.752 €
2023	2	502.724 €	208.197 €	294.527 €	10.115.319 €	583.278 €
2024	3	502.724 €	202.306 €	300.417 €	9.814.902 €	883.696 €
2025	4	502.724 €	196.298 €	306.426 €	9.508.477 €	1.190.121 €
2026	5	502.724 €	190.170 €	312.554 €	9.195.923 €	1.502.675 €
2027	6	502.724 €	183.918 €	318.805 €	8.877.117 €	1.821.480 €
2028	7	502.724 €	177.542 €	325.181 €	8.551.936 €	2.146.662 €
2029	8	502.724 €	171.039 €	331.685 €	8.220.251 €	2.478.346 €
2030	9	502.724 €	164.405 €	338.319 €	7.881.933 €	2.816.665 €
2031	10	502.724 €	157.639 €	345.085 €	7.536.848 €	3.161.750 €
2032	11	502.724 €	150.737 €	351.987 €	7.184.861 €	3.513.737 €
2033	12	502.724 €	143.697 €	359.026 €	6.825.835 €	3.872.763 €
2034	13	502.724 €	136.517 €	366.207 €	6.459.628 €	4.238.970 €
2035	14	502.724 €	129.193 €	373.531 €	6.086.097 €	4.612.501 €
2036	15	502.724 €	121.722 €	381.002 €	5.705.095 €	4.993.502 €
2037	16	502.724 €	114.102 €	388.622 €	5.316.474 €	5.382.124 €
2038	17	502.724 €	106.329 €	396.394 €	4.920.079 €	5.778.518 €
2039	18	502.724 €	98.402 €	404.322 €	4.515.757 €	6.182.840 €
2040	19	502.724 €	90.315 €	412.408 €	4.103.349 €	6.595.249 €
2041	20	502.724 €	82.067 €	420.657 €	3.682.692 €	7.015.905 €
2042	21	502.724 €	73.654 €	429.070 €	3.253.623 €	7.444.975 €
2043	22	502.724 €	65.072 €	437.651 €	2.815.971 €	7.882.626 €
2044	23	502.724 €	56.319 €	446.404 €	2.369.567 €	8.329.030 €
2045	24	502.724 €	47.391 €	455.332 €	1.914.235 €	8.784.363 €
2046	25	502.724 €	38.285 €	464.439 €	1.449.796 €	9.248.802 €
2047	26	502.724 €	28.996 €	473.728 €	976.068 €	9.722.529 €
2048	27	502.724 €	19.521 €	483.202 €	492.866 €	10.205.731 €
2049	28	502.724 €	9.857 €	492.866 €	0 €	10.698.598 €
		13.573.537 €	3.367.806 €			

## CARACTERÍSTICAS DEL PRÉSTAMO

**Importe máximo por cliente:** hasta 12,5 millones de euros, en una o varias operaciones.

### Conceptos financiables:

- Actividades empresariales y/o inversión y necesidades de liquidez dentro del territorio nacional.
- Proyectos de digitalización y en particular los destinados a fomentar soluciones de teletrabajo recogidos en el programa [Acelera Pyme](#)
- Rehabilitación de viviendas y edificios.

**Modalidad:** préstamo, leasing, renting o línea de crédito.

**Tipo de interés:** fijo o variable, más el margen establecido por la entidad de crédito según el plazo de amortización.

Entidad mediadora: BANCO SANTANDER.



## CUADRO DE IGIC

	T=1	T=2	T=3
IGIC repercutido	124.603,50 €	127.095,57 €	129.205,36 €
IGIC soportado	8.722,25 €	8.896,69 €	9.044,38 €
HP acreedora x IGIC	- €	- €	- €
HP deudora x IGIC	115.881,26 €	118.198,88 €	120.160,99 €
Saldo	115.881,26 €	118.198,88 €	120.160,99 €

Para encontrar el saldo final, se resta el soportado al repercutido, es decir, el que ocurre cuando realizamos una compra al que ocurre cuando vendemos. En los tres años tenemos un deudor con HP.

## TESORERÍA PREVISIONAL

A continuación, se presenta la cuenta de tesorería previsional, reflejando los pagos y cobros, que se consideran dentro del proyecto que se realizan al contado o se hacen efectivos en el curso del año.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>ENTRADAS DE DINERO</b>			
SALDO INICIAL T=0	23.698.598,00 €	2.741.389,00 €	3.691.613,84 €
VENTAS/INGRESOS	1.780.050,00 €	1.815.651,00 €	1.845.790,00 €
IVA VENTAS (REPERCUTIDO)	124.603,00 €	127.095,00 €	129.205,00 €
DEVOLUCIÓN IGIC	1.414.091,00 €		
<b>SALIDAS DE DINERO</b>			
TOTAL GASTOS (SIN IGIC)	84.165,00 €	90.536,00 €	97.417,00 €
GASTOS PERSONAL + s.s.	253.176,00 €	258.239,00 €	263.404,00 €
PAGOS PRÉSTAMO	288.751,00 €	294.526,00 €	300.417,00 €
GASTOS FINANCIEROS	213.971,00 €	208.196,00 €	202.306,00 €
PAGOS INICIALES INVERSIÓN ACTIVOS	21.897.196,00 €		
TOTAL IGIC SOPORTADO	1.538.694,00 €	6.337,00 €	6.819,00 €
PAGO LIQUIDACIÓN IGIC ANUAL		120.758,00 €	122.386,00 €
PAGO ISS AÑO ANTERIOR		13.929,16 €	15.126,84 €
<b>TOTAL ENTRADAS</b>	<b>27.017.342,00 €</b>	<b>4.684.135,00 €</b>	<b>5.666.608,84 €</b>
<b>TOTAL SALIDAS</b>	<b>24.275.953,00 €</b>	<b>992.521,16 €</b>	<b>1.007.875,84 €</b>
<b>SALDO TESORERÍA</b>	<b>2.741.389,00 €</b>	<b>3.691.613,84 €</b>	<b>4.658.733,00 €</b>

En esta cuenta, podemos apreciar cómo evoluciona el saldo de tesorería a lo largo de los 3 primeros años de actividad, vemos como según avanza el tiempo, se dispone de un mayor saldo en tesorería por lo que si sale tal y como se prevé, se propondrá la distribución de dividendo a partir del tercer año, así como nuevas inversiones. El IGIC se liquida anualmente y el ISS se paga el del año anterior.

Para desglosar con mayor precisión el flujo de caja, hemos hecho una tabla donde se desglosa mes a mes, a continuación, se podrá ver como evoluciona durante el primer año de actividad:

	T=0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	23.698.598,00 €												
<b>ENTRADAS DE DINERO</b>													
VENTAS/INGRESOS		1.974.883,17 €	1.974.883,17 €	1.974.883,17 €	1.974.883,17 €	1.974.883,17 €	1.974.883,17 €	1.974.883,17 €	1.974.883,17 €	1.974.883,17 €	1.974.883,17 €	1.974.883,17 €	1.974.883,17 €
IVA VENTAS (REPERCUTIDO)		10.383,58 €	10.383,58 €	10.383,58 €	10.383,58 €	10.383,58 €	10.383,58 €	10.383,58 €	10.383,58 €	10.383,58 €	10.383,58 €	10.383,58 €	10.383,58 €
DEVOLUCIÓN IGIC		117.840,92 €	117.840,92 €	117.840,92 €	117.840,92 €	117.840,92 €	117.840,92 €	117.840,92 €	117.840,92 €	117.840,92 €	117.840,92 €	117.840,92 €	117.840,92 €
<b>SALIDAS DE DINERO</b>													
TOTAL GASTOS (SIN IGIC)		7.013,75 €	7.013,75 €	7.013,75 €	7.013,75 €	7.013,75 €	7.013,75 €	7.013,75 €	7.013,75 €	7.013,75 €	7.013,75 €	7.013,75 €	7.013,75 €
GASTOS PERSONAL + s.s.		21.098,00 €	21.098,00 €	21.098,00 €	21.098,00 €	21.098,00 €	21.098,00 €	21.098,00 €	21.098,00 €	21.098,00 €	21.098,00 €	21.098,00 €	21.098,00 €
PAGOS PRÉSTAMO		24.062,58 €	24.062,58 €	24.062,58 €	24.062,58 €	24.062,58 €	24.062,58 €	24.062,58 €	24.062,58 €	24.062,58 €	24.062,58 €	24.062,58 €	24.062,58 €
GASTOS FINANCIEROS		17.830,92 €	17.830,92 €	17.830,92 €	17.830,92 €	17.830,92 €	17.830,92 €	17.830,92 €	17.830,92 €	17.830,92 €	17.830,92 €	17.830,92 €	17.830,92 €
PAGOS INICIALES INVERSIÓN ACTIVOS		1.824.766,33 €	1.824.766,33 €	1.824.766,33 €	1.824.766,33 €	1.824.766,33 €	1.824.766,33 €	1.824.766,33 €	1.824.766,33 €	1.824.766,33 €	1.824.766,33 €	1.824.766,33 €	1.824.766,33 €
TOTAL IGIC SOPORTADO		128.224,50 €	128.224,50 €	128.224,50 €	128.224,50 €	128.224,50 €	128.224,50 €	128.224,50 €	128.224,50 €	128.224,50 €	128.224,50 €	128.224,50 €	128.224,50 €
PAGO LIQUIDACIÓN IGIC ANUAL		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
PAGO ISS AÑO ANTERIOR		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
<b>TOTAL ENTRADAS</b>		<b>2.251.445,17 €</b>	<b>2.251.445,17 €</b>	<b>2.251.445,17 €</b>	<b>2.251.445,17 €</b>	<b>2.251.445,17 €</b>	<b>2.251.445,17 €</b>	<b>2.251.445,17 €</b>	<b>2.251.445,17 €</b>	<b>2.251.445,17 €</b>	<b>2.251.445,17 €</b>	<b>2.251.445,17 €</b>	<b>2.251.445,17 €</b>
<b>TOTAL SALIDAS</b>		<b>2.022.996,08 €</b>	<b>2.022.996,08 €</b>	<b>2.022.996,08 €</b>	<b>2.022.996,08 €</b>	<b>2.022.996,08 €</b>	<b>2.022.996,08 €</b>	<b>2.022.996,08 €</b>	<b>2.022.996,08 €</b>	<b>2.022.996,08 €</b>	<b>2.022.996,08 €</b>	<b>2.022.996,08 €</b>	<b>2.022.996,08 €</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>23.698.598,00 €</b>	<b>228.449,08 €</b>	<b>228.449,08 €</b>	<b>228.449,08 €</b>	<b>228.449,08 €</b>	<b>228.449,08 €</b>	<b>228.449,08 €</b>	<b>228.449,08 €</b>	<b>228.449,08 €</b>	<b>228.449,08 €</b>	<b>228.449,08 €</b>	<b>228.449,08 €</b>	<b>228.449,08 €</b>
												<b>SALDO FINAL AÑO</b>	<b>2.741.389,00 €</b>

## CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL

A continuación, se presenta la cuenta de resultados previsional.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
<b>INGRESOS</b>	<b>1.780.050,00 €</b>	<b>1.815.651,00 €</b>	<b>1.845.790,00 €</b>	Ventas sin IVA
<b>GASTOS EXPLOTACIÓN</b>	<b>84.165,00 €</b>	<b>90.536,00 €</b>	<b>97.417,00 €</b>	Gastos explotación y aprov.
<b>GASTOS PERSONAL</b>	<b>253.176,00 €</b>	<b>258.239,00 €</b>	<b>263.404,00 €</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>213.971,00 €</b>	<b>208.196,00 €</b>	<b>202.306,00 €</b>	
<b>AMORTIZACIONES</b>	<b>880.509,00 €</b>	<b>880.509,00 €</b>	<b>880.509,00 €</b>	Amortización de los activos
<b>Bº ANTES DE IMPUESTOS (BAI)</b>	<b>348.229,00 €</b>	<b>378.171,00 €</b>	<b>402.154,00 €</b>	
<b>Iss 4%</b>	<b>13.929,16 €</b>	<b>15.126,84 €</b>	<b>16.086,16 €</b>	Impuesto de Sociedades
<b>BENEFICIO NETO</b>	<b>334.299,84 €</b>	<b>363.044,16 €</b>	<b>386.067,84 €</b>	

Esta cuenta previsional, permite saber si el proyecto es sostenible ya que informa de la situación de beneficio o pérdida de la empresa en un determinado momento, en este caso para los tres primeros años de funcionamiento. El impuesto de sociedades es 4%. No existen stocks ni variaciones de existencias. Se observa un beneficio creciente en los 3 años.

## BALANCE PREVISIONAL

A continuación, se presenta el balance previsional a 3 años del proyecto.

	ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
ANC					CAP. SOCIAL	13.000.000,00 €	13.000.000,00 €	13.000.000,00 €	PN
					BENEFICIO	334.299,84 €	363.044,16 €	386.067,84 €	
	ACTIVOS	20.477.687,00 €	19.638.178,00 €	18.798.669,00 €	RESERVAS	- €	334.299,84 €	697.344,00 €	
	ACTIVOS INTANG.	64.000,00 €	48.000,00 €	32.000,00 €	Total	13.334.299,84 €	13.697.344,00 €	14.083.411,84 €	
	CONCESIÓN	475.000,00 €	450.000,00 €	425.000,00 €	PRÉSTAMO LP	10.115.321,00 €	9.814.904,00 €	9.502.350,00 €	PNC
Total	21.016.687,00 €	20.136.178,00 €	19.255.669,00 €	Total	10.115.321,00 €	9.814.904,00 €	9.502.350,00 €		
AC	TESORERÍA	2.741.389,00 €	3.691.613,84 €	4.658.733,00 €	PRÉSTAMO CP	294.526,00 €	300.417,00 €	312.554,00 €	PC
					HACIENDA Iss	13.929,16 €	15.126,84 €	16.086,16 €	
	Total	2.741.389,00 €	3.691.613,84 €	4.658.733,00 €	Total	308.455,16 €	315.543,84 €	328.640,16 €	
	TOTAL	23.758.076,00 €	23.827.791,84 €	23.914.402,00 €	TOTAL	23.758.076,00 €	23.827.791,84 €	23.914.402,00 €	

El balance, indica como está estructurada la empresa patrimonialmente, en ello se incluye los derechos y obligaciones de cobro, así como los bienes materiales e inmateriales que tiene. Se observa cómo se van amortizando los activos y la deuda préstamo, y queda pendiente para el año siguiente la deuda del ISS. El alto nivel de tesorería al final del tercer año permite afrontar nuevas inversiones, renovaciones, inversiones financieras y reparto de dividendos a partir del cuarto año.

### d. Cálculo WACC, Ke, y ratios

A continuación, reflejamos la rentabilidad exigida por los accionistas (Ke), tras consulta con las tablas de Damoradan y tras los cálculos correspondientes, queda cifrada en un 8%. Para calcular Ke (rentabilidad esperada del accionista), se utiliza la siguiente fórmula:

$Ke = Rf + B(Rm - Rf)$ ; Rf (rentabilidad del bono español); B (coeficiente Beta); (Rm - Rf) (Prima riesgo mercado).

Calculo del Ke			
		Ke	8%
B	0,92		
Rf		0,61%	
PRM		5,50%	

Una Ke del 8% refleja una rentabilidad esperada por los accionistas menor a la que suele ser habitual en un proyecto de emprendimiento, pero hay que tener en cuenta

la naturaleza y características especiales de este modelo de negocio que requiere una alta inversión en activos y que busca una rentabilidad sostenida a largo plazo.

Seguidamente, obtenemos el coste promedio ponderado del mix de financiación elegido y que se conoce como WACC, resultando un 4%. A su vez hemos reflejado el coste de capital o rentabilidad exigida por los accionistas (Ke), que refleja el coste derivado de la inversión de los recursos propios, con un valor del 8%.

Una vez conocido el mix de la financiación (%E, %D, Ke, Kd), es necesario calcular el coste de todas las fuentes de financiación del proyecto, porcentaje vía deuda bancaria con un coste anual/interés denominado Kd y un porcentaje por vía patrimonio neto/accionistas con un coste anual de Ke.

La fórmula del WACC utilizada:

$$WACC = Kd * \%D * (1 - \text{Impuesto de Sociedades}) + Ke * \%E$$

WACC			
KD	2%		
Impuesto de sociedad	4%		
% endeudamiento	43,8747%		
% patrimonio neto	56,8636%		
Ke	8%		
WACC	5%		

Seguidamente, para verificar la viabilidad del proyecto hemos calculado otros ratios a través de los datos previsionales de las cuentas financieras ya reflejadas.

Ratios de apalancamiento				
	T=0	T=1	T=2	T=3
Ratio de endeudamiento 1		0,438746646	0,425152608	0,41109078
Ratio de endeudamiento 2		76%	72%	67%
Ratio de patrimonio neto		57%	58%	60%

<b>Ratios varios:</b>			
Fondo de Maniobra	2.432.933,84 €	3.376.070,00 €	4.330.092,84 €
Ratio de liquidez	8,887479788	11,69921061	14,17578728
Ratio de garantía	2,348721904	2,427715222	2,516682926
Ratio de Beneficio %	18,78036235	19,9952612	20,91613022
ROE %	2,439251275	2,648987	2,816981519
ROA %	2,375338828	2,369392202	2,362459786
<b>DATOS</b>			
Patrimonio neto medio	13.705.018,56 €		
Activo total medio	23.833.423,28 €		

Dentro de estos ratios adjuntos, hay que destacar la importancia del fondo de maniobra, este nos permite saber la capacidad que tiene una empresa para a corto plazo hacer frente sus obligaciones, así como inversiones o adquisiciones, y cómo se observa, mantenemos suficiente liquidez para los 3 primeros años. También es importante tener en cuenta el ROE y ROA; que permiten saber la rentabilidad de una empresa (return on equity), o el retorno que tiene el inversor. El ROA sirve para calcular la rentabilidad que nos aportan los activos de la empresa.

Observamos que se mantienen unas rentabilidades moderadas como consecuencia de la alta inversión inicial y de la naturaleza del proyecto, que busca ganancias estables a largo plazo.

**e. Cálculo VAN, TIR, Payback**

En cuanto a la viabilidad económica y rentabilidad del proyecto, se han calculado diferentes indicadores.

En primer lugar, hemos calculado el VAN, este sirve para saber la viabilidad del proyecto descontando los flujos de caja futuros de ingresos y gastos, teniendo en cuenta el desembolso inicial de los socios para la inversión en el proyecto y comprobando que ganancia queda. Para el cálculo, utilizamos la siguiente fórmula:

$$VAN = - EFCF0 + EFCF1 / (1 + Ke)^1 + EFCF2 / (1 + Ke)^2 + EFCF3 / (1 + Ke)^3 + VR / (1 + Ke)^4$$

Hemos obtenido el siguiente resultado:

<b>VAN</b>	399.752,80 €		
EFCFO (aportación inicial de los socios)	13.000.000,00 €		
EFCFn (flujos de caja de cada año)	2.741.389,00 €	950.224,00 €	967.120,00 €
Ke (rentabilidad exigida por los accionistas)		8%	
Valor residual	12.667.533,00 €		
<b>TIR</b>		9%	

El flujo de caja del año 1 es la tesorería generada reflejada en el balance, y los flujos de caja del año 2 y 3 representan los incrementos de tesorería respecto al año anterior.

El valor residual, al tratarse de un proyecto de negocio con alta inversión en activos de valor perdurable, se ha estimado, siguiendo un criterio conservador, considerando el valor de adquisición de los activos no corrientes (inmovilizado) y descontando la deuda a largo plazo al final del tercer año (22.168.893 € – 9.502.350 € = 12.667.533 €). El valor residual se ha proyectado en el cálculo del VAN al cuarto año del proyecto.

La tasa utilizada para el cálculo del VAN es el valor obtenido de Ke (8%) para el proyecto de negocio.

Hay que indicar que si no considerásemos el valor residual estimado, suponiendo flujos de caja constantes similares a los del tercer año y teniendo en cuenta la alta inversión inicial de los accionistas, el primer VAN positivo lo tendríamos a los 15 años del funcionamiento del negocio, lo que indica que este tipo de negocio tiene una visión de rentabilidad segura y estable pero con horizonte a largo plazo.

A continuación, hemos obtenido la TIR y el Payback; la tasa interna de retorno. La primera nos sirve para calcular la rentabilidad del proyecto para de esta manera saber si hay unas inversiones mejores o peores. El Payback, como su nombre indica es el tiempo que el accionista tarda en recuperar su inversión. Para la TIR hemos obtenido un 9%, lo que es una rentabilidad aceptable teniendo en cuenta el gran desembolso inicial y que la rentabilidad media por arrendamiento de viviendas en Tenerife esta en un 4% aproximadamente. El TIR (9%) > Ke (8%) por lo que el proyecto es ejecutable.

En cuanto al Payback, si consideramos que el valor residual no se puede hacer efectivo hasta el cuarto año, sería a partir del cuarto año el período de posible recuperación de la inversión.

## **11. Aspectos formales y jurídicos del proyecto.**

### **a. Elección de la forma jurídica y justificación de la elección.**

Escoger de manera correcta qué tipo de sociedad nos interesa es algo importante por varios aspectos. Si en algún motivo contrario a lo esperado la sociedad se declara insolvente en algunos casos los socios tienen que responder. Otro argumento a favor de escoger minuciosamente el tipo de sociedad va de la mano con poder acogerse a ciertas leyes con el objetivo de pagar la menor cantidad posibles por los tributos obligatorios.

Por ese motivo, sabiendo la actividad de nuestro negocio, así como la constitución de la misma, escogeremos el tipo de sociedad que mejor se adapte. Así tenemos que tener en cuenta las siguientes características de la misma:

-Actividad de la empresa: hay que tener en cuenta que algunas actividades llevadas a cabo por empresas tienen que tener una regulación con ciertas características propias a ese grupo de empresas.

-Número de socios: dependiendo del número de socios que vayan a estar en los primeros pasos de la empresa, es conveniente actuar de manera individual o usar una sociedad como vehículo de representación de la empresa. En nuestro caso seremos 2 socios, por ello decidimos crear una sociedad.

-Aportaciones económicas iniciales: hay ciertos tipos de sociedades que requieren una aportación mínima monetaria para poder crearse, por ello es importante ver cual nos beneficia.

-Complejidad de la burocracia y gastos de constitución: a pesar de que solo se refiere al inicio del negocio, es de suma importancia dedicarle el tiempo necesario para escoger correctamente la sociedad que constituiremos. Dentro de los gastos más comunes se encuentra el de notaría, inscripción en el registro mercantil, etc...



-Responsabilidad de los socios: en algunos tipos de sociedades, en caso de tener repercusiones contrarias a las esperadas, la responsabilidad va más allá que la propia de la sociedad, y estos cargos pueden llegar a los socios directamente.

Teniendo en cuenta la información previa, tenemos las siguientes opciones:

S.A: necesita mínimo un socio, el capital a aportar va en función de la forma social que se adopte y la responsabilidad se limita al aportado por la sociedad.

Sociedad colectiva: tiene un mínimo de dos socios, no existe un mínimo legal de capital y los socios responden con todos sus bienes.

Sociedad Laboral: es un mínimo de un socio y máximo de 5 socios, el capital social es mínimo de 3.012€ y máximo de 120.202€ y la responsabilidad se limita al capital aportado en la sociedad.

Sociedad de responsabilidad limitada: como mínimo tiene que haber un socio, un capital mínimo de 3.000€ y la responsabilidad está limitada a la aportación en la sociedad.

Después de ver las diferentes opciones y las características de nuestro negocio, hemos tomado la decisión de constituir inicialmente una sociedad limitada, aunque, debido al alto capital aportado y la composición accionarial, podrá ser conveniente, una vez puesta en marcha la empresa, transformarla a medio plazo en sociedad anónima. La estructura de accionariado que proponemos para el proyecto de negocio, que es la siguiente:

- Aportación de cada uno de los 2 socios promotores a través de su grupo familiar propio (3.900.000 € cada uno, 30% accionariado cada uno).
- Aportación de grupo inversor externo (1): 2.600.000 € (20% accionariado).
- Aportación de grupo inversor externo (2): 2.600.000 € (20% accionariado).

En caso de tener insolvencia económica, únicamente tenemos que responder por el capital suscrito en la sociedad.

#### **b. Reparto accionarial y administradores.**

La complejidad de la composición del accionariado propuesto requerirá del necesario asesoramiento legal especializado, buscando el acuerdo y consenso entre las

partes implicadas. Se firmarán en este sentido los protocolos y contratos vinculantes necesarios.

El objetivo de la empresa en términos monetarios es generar beneficio, y que este beneficio sea repartido a las partes interesadas. La manera de devolver a los socios esa cantidad es a través de los dividendos que les corresponde en función de la parte que le pertenece a cada uno. La distribución de los dividendos se decidirá anualmente en la Junta General de Accionistas. Según el BOE y la Ley de Sociedades de Capital hay ciertos requisitos a cumplir para realizar el reparto. Todos ellos serán cumplidos por Tenerife Racing Ring. Únicamente se repartirá dividendo en caso de beneficio a lo largo del ejercicio y siempre y cuando no se destine a reinvertirse en la empresa para su crecimiento.

**c. Régimen fiscal aplicable.**

Impuesto	Hecho imponible	Tipo impositivo	Aplicación
IRPF	Personas físicas que obtengan una renta.	19-45% general y 19-23% al ahorro.	Cuando se trata de un trabajador de la empresa.
IGIC	Por la prestación de servicios.	7% es el tipo general para Canarias.	Siempre que se compre o venda un bien o un servicio.
IS	Obtención de renta por una persona jurídica.	25% es el tipo general y 15% para los dos primeros años de beneficio.	Cuando es una persona jurídica y obtiene renta.
IAE - impuesto sobre actividades económicas.	Por llevar a cabo una actividad económica.	Una cuota fija y otra variable.	Actividad empresarial de una persona jurídica donde el importe neto supera los 2 millones.

**d. Trámites administrativos a realizar.**

Para llevar a cabo la constitución de una sociedad en Canarias hay que llevar una serie de gestiones burocráticas, las cuales son las siguientes:

- 1- Solicitar en el Registro Mercantil central un certificado negativo.
- 2- Apertura de una cuenta corriente
- 3-Elaboración de los estatutos y escritura de Constitución en cualquier notaria del territorio español.
- 4- Liquidación del Impuesto de transmisiones patrimoniales
- 5- Inscripción en el Registro mercantil.
- 6- Declaración censal.

**e. Seguros, licencias, contratos mercantiles.**

Conseguir la Homologación de Licencia T1-FIA.

Y la concesión firmada con el Cabildo de Tenerife y Onda Rossa S.L. (2015). Contrato nº 622015: Concesión de obra pública para la construcción del complejo deportivo “centro insular del motor”.

**f. Obligaciones de la empresa; contables, fiscales, laborales.**

-Hay que hacer una diferencia por rama de las obligaciones que tiene que llevar a cabo la empresa. Todas ellas se harán para evitar tener posibles repercusiones penales.

En cuanto a la gestión de la sociedad tenemos las siguientes:

-Preparación de las cuentas anuales, donde se incluye un balance de situación, un pérdida y ganancias, estado del flujo de caja y una memoria, todas ellas al cierre del ejercicio, es decir, a 31.12.20xx.

-Propuesta de la aplicación del resultado del ejercicio, decidir si repartir divi-  
dendo, reinvertir en la propia empresa o simplemente ahorrar para invertir en otro pro-  
yecto.

-Contablemente tener archivado correctamente el libro diario, y por ende los li-  
bros mayores de las cuentas.

Por otro lado, en cuanto a las obligaciones del pago de impuestos:

-Presentación del modelo del impuesto de sociedades, y su respectivo pago, y  
ver que coincide correctamente con los datos reales de la empresa.

-Presentación del modelo de IGIC de manera trimestral.

Con respecto a las obligaciones relacionadas con la contratación de personal

-Inscripción de los empleados pertenecientes a la empresa en la Tesorería Ge-  
neral de la Seguridad Social.

-Comunicar la contratación de los empleados en la Tesorería General de la Se-  
guridad Social.

-Pago de la parte correspondiente a costa de la empresa de la seguridad social.

En conclusión, es muy importante llevar la contabilidad al día y que refleje la  
realidad ya que esto permitirá presentar los modelos de tributación fiscal de manera  
correcto y así evitar cualquier tipo de repercusión penal.

## **12. Imagen corporativa.**

### **a. Página Web.**

En la actualidad, la tecnología se ha convertido en parte de nuestras vidas, vivi-  
mos en un mundo cada minuto, estamos expuestos a un número ilimitado de anuncios,  
cuyo único propósito es dar a conocer lo que ofreces. En este momento no es suficiente  
estar allí, sino que debes llamar la atención y lograr que estén allí. sabe.

- Mayor alcance.
- Menor inversión.
- Mejor manera de encontrar nuevos colaboradores.

- Encuentras nuevos clientes.

De ahí la importancia de un sitio web, ya que Internet está en su máxima expresión. para buscar información de forma rápida y sencilla. Un sitio web da credibilidad a los clientes potenciales y nos ayuda a ser visibles los principales motores de búsqueda. Los usuarios también conocen sus productos y su marca. El servicio que ofreces te ayudará a mejorar la reputación de la empresa.

Las personas han vuelto a Internet una parte indispensable de sus vidas. Si quieren averiguar dónde comer, buscan en su celular recomendaciones de restaurantes. Si quieren comprar ropa, pueden ver los catálogos online de las tiendas, e incluso comprar por internet.

Ahora que todo está al alcance de un click, las marcas deben estar alertas. La interacción usuario marca ya no es la misma. Ahora no solo tienes que salir a buscar a tus clientes, ellos pueden venir hacia ti. Lo único que debes hacer es aprender a aprovechar las oportunidades que te brinda Internet. Las páginas web, son una de ellas.

En un mundo tan competitivo, la promoción arte solo física ya no es suficiente si quieres destacar entre la multitud. Para diferenciarse del resto es necesario que las plataformas digitales como las páginas destaquen. Gracias a un sitio web, puede estar en cualquier lugar, en cualquier lugar. Para hacer un buen uso del sitio web, ciertos factores deben utilizarse correctamente para determinar su calidad, tales como: posicionamiento, accesibilidad y facilidad de uso y diseño.

Se utiliza el posicionamiento natural, es decir, métodos relacionados con el Contenido del mismo (título, contenido, palabras clave) y con la calidad del código. Por otro lado, el sitio web será accesible para todos los públicos, se creará en una Esto es adecuado para todo tipo de usuarios de diferentes edades.

Este sitio será intuitivo y muy fácil de usar con secciones claramente definidas para que sea más agradable y placentero. interacción agradable por parte del cliente.



ALVARO DIAZ & JUAN PEDRO

INICIO / SOBRE NOSOTROS / NUESTRO EQUIPO / CONTACTO



### QUE OFRECEMOS



### NUESTRO EQUIPO

/ACCIONISTAS



#### QUE OFRECEMOS

Ofrecemos un hobby que pone en peligro la integridad física pero que practicando de manera responsable este riesgo puede reducirse enormemente, como puede ser practicarla en un circuito con todas las medidas como las tenemos.

La actividad principal será para alquilar a particulares, pudiendo hacer alquileres a empresa para probar coches, rodar anuncios...

Como opción segunda es la de llevar a cabo competiciones de menor categoría que las de la mayor.



#### NUESTRO EQUIPO

##### /ACCIONISTAS

Dentro de las familias accionistas, tenemos gente reconocida en el mundo del motor, así como empresarios de gran prestigio dentro de las islas. Una de nuestras principales metas es conseguir como socio-promotor al piloto campeón de CANARIAS, Luis Monzón, que junto a su escudería nos podría proporcionar gran patrocinio incluso colaboración económica.



#### SOBRE NOSOTROS

Alvaro Díaz Mateos: es estudiante del último curso del grado de la UEM. Nacido en la isla vecina a otro socio, Gran Canaria.

Juan Pedro de la Cruz del Castillo: es estudiante del último curso del grado de la UEM. Nacido en Tenerife,



#### LA IDEA

##### SIN PREOCUPACIONES

La idea es construir un circuito de velocidad en la isla de Tenerife. Hemos decidido llevar a cabo esta idea ya que hay una gran afición al motor en todo el archipiélago, y por ende en Tenerife. Esta gran afición se ve reflejada en el gran número de carreteras que son reconocidas a nivel mundial ya sea para disfrutar del asfalto o para rodar anuncios del mundo del motor, coches o motos

ALVARO DIAZ & JUAN PEDRO

INICIO / SOBRE NOSOTROS / NUESTRO EQUIPO / CONTACTO

## Sobre nosotros

Haz clic aquí para editar ...

La idea nace principalmente por la afición al mundo del motor de los dos integrantes, por otro lado el integrante (Alvaro Díaz Mateo) tiene desde muy pequeño el afán de crear una empresa que aporte algo a la gente de donde ambos provenimos, Islas Canarias, por ello hemos decidido sacar esto adelante y visto toda la gente que tiene entre sus planes principales salir de ruta ya sea con moto o coche, queremos brindarles la oportunidad de disfrutar de manera más segura.

La idea nace principalmente por la afición al mundo del motor de los dos integrantes, por otro lado el integrante (Alvaro Díaz Mateo) tiene desde muy pequeño el afán de crear una empresa que aporte algo a la gente de donde ambos provenimos, Islas Canarias, por ello hemos decidido sacar esto adelante y visto toda la gente que tiene entre sus planes principales salir de ruta ya sea con moto o coche, queremos brindarles la oportunidad de disfrutar de manera más segura.

-Somos el único circuito de Tenerife apto para el uso de coches y motos, lo que se traduce en una reducción de infracciones en las carreteras por parte de los aficionados al motor que salen de "ruta".

-De manera rutinaria organizaremos eventos cerrados, en los cuales se intentará reunir a un cierto grupo de clientes con características similares, como por ejemplo motos o coches.

ALVARO DIAZ & JUAN PEDRO

TENERIFE RACING RING . TENERIFE, SAN MIGUEL DE ABONA, 35009, (+34) 608308019

ALVARO DIAZ & JUAN PEDRO

INICIO / SOBRE NOSOTROS / NUESTRO EQUIPO / CONTACTO

# Nuestro equipo

PROFESIONALES DEDICADOS A AYUDARTE

## JUAN PEDRO DE LA CRUZ

### JUAN PEDRO DE LA CRUZ

DIRECTOR

-Juan Pedro de la Cruz del Castillo: es estudiante del último curso del grado de la UEM. Nacido en Tenerife, actualmente compagina los estudios con un trabajo (de prácticas) en una auditora. Cuenta con su familia en donde hay gente reconocida dentro del mundo del motor.

### ALVARO DIAZ

Director

-Alvaro Díaz Mateo: es estudiante del último curso del grado de la UEM. Nacido en la isla vecina a otro socio, Gran Canaria. Hoy en día compagina sus estudios con las prácticas en el departamento de administración de una empresa local. A su vez dentro de su familia y allegados tiene un respaldo que podrá ayudar en la creación de este proyecto.

# Contáctanos

Haz clic aquí para editar ...



TENERIFE RACING RING  
ZONA DE ARICA, TENERIFE, 35018



TENERIFE RACING RING  
ZONA DE ARICA, TENERIFE, 35018

Horario de circuito  
Lunes - Viernes: 12:00 - 19:00  
Sabado-Domingo: 12:00-21:00

(+34)608308019

adiazm@alumnos.unidam.es

TENERIFE RACING RING , TENERIFE, SAN MIGUEL DE ABONA, 35009, (+34) 608308019

Creado con [Webnode](#)

## b. Branding.

El branding es la gestión de todos los activos distintivos de la identidad de una Marca (tangibles e intangibles). Con el objetivo de construir una promesa y experiencia de Marca coherente, diferencial y sostenible en el tiempo.

El branding no es una estrategia o un proceso. El branding es un enfoque de trabajo y una filosofía de marca a la que todos los elementos de una empresa deberían atarse. Se trata del enfoque de actuación que debemos seguir para gestionar todos los activos vinculados a las marcas.

El branding permite, por tanto, referirse al proceso de construcción, crecimiento, maduración y gestión de una marca.

Philip Kotler (uno de los padres del marketing) afirma que las marcas “representan las percepciones y los sentimientos que tienen los consumidores sobre un producto



y sobre su desempeño: todo lo que el producto o servicio significa para los consumidores. En el análisis final, las marcas existen en la mente de los consumidores”.

Sacamos en clave que el branding es un proceso clave en la creación de valor de las empresas y que apostar por el branding y las marcas es apostar por el futuro. Ahora mismo, con el desarrollo de la tecnología, nos encontramos en un mundo cambiante y fuertemente competitivo. Se desarrolla a una velocidad inimaginable y las demandas y dificultades de los consumidores aumentan día a día. Para destacar o sobresalir, la red social en este momento es una herramienta que, si se puede gestionar con razón, pueden ayudar a su empresa a marcar la diferencia y lograr clientes no considerados en el análisis de mercado.

Tenerife Racing Ring trabaja con un branding bien definido, todas las acciones que realizamos, desde los colores del logo hasta la localización de la pista van de la mano para transmitir la filosofía de la empresa.

El logo nos evoca una sensación de velocidad, que es una característica principal.

### **c. Gestión de la calidad.**

Toda empresa busca la perfección en todo lo que hace, ya sea ofreciendo al público un producto o ya sea un servicio, y esto solo puede hacerse si se realiza una gestión de calidad ejemplar y de forma natural en la organización.

Vamos a establecer una serie de acciones y herramientas que van a permitir identificarlos y anticiparnos, ya que una empresa que solo corrige sus problemas cuando estos aparecen, y no aprenda de ellos, es ineficiente.

Esta gestión de calidad está enfocada en garantizar la calidad y seguridad de las pistas y en el proceso por el cual se obtienen estos controles de calidad.

Por esto, se implementará un sistema de gestión de calidad, para evaluar de forma periódica nuestro proceso de producción, para así identificar los fallos y anticiparnos a los futuros problemas que puedan surgir.

Un buen sistema de gestión de la calidad puede ayudarnos interna y externamente porque mejora la imagen y la posición competitiva. ¿Cómo consideran estos sistemas la demanda? La ayuda activa de los clientes puede hacerlos satisfechos y, por

tanto, fieles. Además, también puede promover la innovación y el aprendizaje, y puede controlar el desempeño de ambos trabajadores y procesos.

La empresa está enfocada en dos procesos, los cuales son: la calidad del producto y del servicio otorgado a los clientes.

- **Calidad del Producto:** Se realizarán controles de calidad de los productos de todos los proveedores que nos suministran, para siempre estar en los más altos estándares, se aplicará las normas de sanidad y seguridad en todo el establecimiento para garantizar la seguridad de los trabajadores y del cliente y así poder ofrecer un producto de calidad.

- **Calidad del Servicio:** Para diferenciarse de la competencia, nos enfocaremos en que la calidad sea óptima en lo que a servicio y productos se refiere. Lo principal es transmitir a los clientes la promesa y el valor que ofrecemos, y que ellos, sean capaces de notarlo. La actitud de los empleados y la empatía son herramientas que ayudan a lograr la calidad mínima exigida por el cliente. La experiencia que cada cliente tenga en el establecimiento será crucial para valorar la calidad del servicio, ya que se tiene que lograr cumplir sus expectativas para lograr una fidelización con el cliente.

#### **d. Responsabilidad social / código buen gobierno.**

La responsabilidad social empresarial no generará beneficios directos a corto plazo, pero sí De hecho, a los ojos de los consumidores, se ha mejorado la imagen de marca. Según Accinelli y Cuando De la Fuente (2013) realice estas operaciones, los usuarios recordarán El posicionamiento de empresas y consumidores cambia a menudo. Hemos notado que nuestra empresa cumple con la responsabilidad social corporativa, porque los recursos que utilizan ayudarán a una sociedad cada vez más destruida por la sociedad en el futuro. El impacto sobre el medio ambiente.

Además, se implementarán campañas en algunos días específicos durante el año, para destinar el dinero recolectado a las ONG o fundaciones que más lo necesitan, para así crear conciencia dentro de la sociedad y un impacto en aquellos más necesitados.

Estas actividades han generado y promovido muchos valores (solidaridad, respeto, equidad, participación de todos los empleados, agradecimiento, alegría, etc.).

### **13. Plan de expansión.**

#### **a. Objetivos y metas a largo plazo**

Hay dos razones por las que una empresa comienza, porque se identifica un problema que necesita una solución o para generar ganancias. Desde entonces, nuestro proyecto ha cumplido con estas dos razones: por un lado, buscamos el beneficio de nuestros socios, pero al mismo tiempo globalmente que el mismo problema para los entusiastas del motor en las islas y es una audiencia que necesita atención.

Cuando estamos en un entorno donde impera la globalización, el gusto suele ser homogéneo. Los clientes buscan nuevas experiencias con mayor satisfacción; Por ello, se vería la oportunidad de poner en marcha este proyecto en Tenerife.

Tras analizar los resultados obtenidos se han propuesto dos posibilidades o escenarios, el primero de los cuales da continuidad a la idea de gestión descrita hasta ahora: se inicia con la implementación de las actividades propias del circuito, junto con la competición que organizamos, y el segundo o tercer año agregaremos nuestra propia academia donde probablemente tengamos profesionales de la isla para ayudarnos.

En contra, el segundo escenario sería tomar como referencia el resultado del segundo ejercicio y agregar más instalaciones o competencias a lo largo de los años. Teniendo en cuenta ambas alternativas y con el objetivo de investigar la viabilidad del proyecto, ha decidido analizar los principales indicadores, utilizando los años como período de cálculo después de concesiones administrativas.

A partir del tercer o cuarto año de actividad, está prevista una ampliación de las instalaciones para poder albergar eventos de primer nivel como la F1 y Moto Gp. Por el contrario, si se prevé que las pruebas de las mismas competiciones se realicen en el segundo año de actividad. Los datos obtenidos en los primeros 3 años se reflejan a continuación.

Rdo. ejercicio: 334.299,84€, 363.044,16€ 386.067,84€

Amortizaciones de la deuda: 319.808,69€, 326.204,86€, 332.728,96€

Amortización del activo: 29.350,33€ por cada año.

Tesorería: 2.741.389€, 3.691.613,84€, 4.658.733€

## **Conclusiones**

Tras haber analizado los diferentes componentes del plan de viabilidad, se van a extraer las conclusiones pertinentes. De esta forma se obtiene una visión completa de los diversos análisis que se han ido realizando a lo largo de todo el proyecto.

Durante el proceso de desarrollo del proyecto utilizamos el Grado en Administración y Dirección de Empresas, y ha sido un viaje que pone a prueba nuestros conocimientos adquiridos. Vimos como todos los sujetos se fusionaban y los conceptos fueron a medida que el proyecto tomaba forma.

Tras la realización de este trabajo, donde se ha estudiado la viabilidad de la inversión en un circuito de velocidad en la isla de Tenerife, el Centro Insular del Motor, aunque se trate de una inversión importante, la construcción del Centro Insular del Motor de Tenerife consideramos pueda ser una buena idea de negocio siempre que se realicen los acuerdos necesarios y se lleven a cabo buenas decisiones de gestión, como por ejemplo el compromiso y acuerdo con el gran piloto y Campeón de España Luis Monzón Artiles, que es un piloto de rally y GT español. Compitió durante diferentes temporadas en el Campeonato de España de Rally.

En cuanto a la elevada inversión realizada para la creación de este proyecto, va a suponer un gran esfuerzo por parte de los accionistas e inversores, pero como se puede observar en el análisis del plan financiero, en 4 años se obtiene una tasa interna de rentabilidad del 9% con un VAN positivo, lo cual nos indica que la inversión podrá ser recuperada según las estimaciones calculadas, siendo a su vez rentable para sus inversores.

El gran reto es obtener la financiación según la propuesta realizada, el 60% de los 2 socios promotores a través de sus grupos familiares y el 40% proveniente de dos grupos inversores altamente interesados. Si no pudiéramos finalmente reunir este capital, en todo caso continuaríamos con el desarrollo de la idea siendo promotores del proyecto para poder comercializar y ceder a terceros el modelo de negocio y aceptando en su caso una participación minoritaria.

Debido a todo lo mencionado, se puede resumir que el circuito de velocidad es un proyecto viable a medio plazo, además, va a ser rentable e innovador y va a adquirir un valor de negocio y mercado creciente que será atractivo para futuros nuevos inversores o compradores. La rentabilidad del proyecto se va a ir incrementando a lo largo de los años y esto es muy positivo para los inversores. Gracias a la singularidad y zona donde

se sitúa el proyecto, va a ser posible un posicionamiento ventajoso frente a la competencia, convirtiéndose así, en un referente en el municipio de ARICO y en la isla de Tenerife en general.

Además, se va a tener acceso a todos los recursos necesarios para el correcto funcionamiento del centro, ya que a lo largo de todo el estudio no se han encontrado amenazas o debilidades graves que puedan suponer un obstáculo difícilmente superabl

## **BIBLIOGRAFÍA**

AVILA, J. (2014). ¿Qué tipo de sociedad es la más adecuada para montar mi negocio?. mayo 16,2021, de ¿Qué tipo de sociedad es la más adecuada para montar mi negocio? Sitio web: <https://www.ineaf.es//que-tipo-de-sociedad-es-la-mas-adecuada-para-montar-mi-negocio/> Consultado el 16.01.2021

ARRIAGA, 4. (DICIEMBRE 17,2019). La pista del Circuito del Motor de Tenerife se licitará en 2020 y podría estar operativa en tres años. MAYO 20, 2021, de 20 MINUTOS Sitio web: <https://www.20minutos.es/noticia/4091208/0/la-pista-del-circuito-del-motor-de-tenerife-se-licitara-en-2020-y-podria-estar-operativa-en-tres-anos/> Consultado el 13.02.2021

CER. (Marzo 5,2019). LA HISTORIA INTERMINABLE: ¿Donde esta el Circuito de Velocidad de Tenerife?. mayo 20,2021, de canarias red Sitio web: <https://diariodeavios.espanol.com/canariasenred/la-historia-interminable-dondeesta-el-circuito-de-velocidad-de-tenerife/> Consultado el 01.05.2021

DIKRAN. (10 DE NOVIEMBRE). Tandas libres y curso en el Circuito del Jarama. 20.05.2021, de TodoCircuito.com Sitio web: [https://www.todocircuito.com/evento/6061/10-11-2019\\_tandas%20libres%20y%20curso\\_circuito-del-jarama](https://www.todocircuito.com/evento/6061/10-11-2019_tandas%20libres%20y%20curso_circuito-del-jarama) Consultado el 15.04.2021

-Libros:

F.M, Fernando Macia (22 Noviembre 2018). *Estrategias del marketing digital*. Anaya Multimedia.

J.M, Joan Mir Julia (19 Agosto 2019). *Cómo crear un Plan de Negocio útil y creíble: Guía para elaborar un Plan de Negocio Iterativo a través de la escucha activa del mercado*. Libros de Cabecera.

O.A, Oriol Amat (11 Junio 2008). *Análisis de estados financieros: fundamentos y aplicaciones* (8º edición). Gestión 2000

L.A.G.M., Luis Ángel Guerra Martín (2015). *La dirección estratégica de la empresa* (5 edición). Thomson Reuters