

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias y Humanidades

Departamento de Ingeniería Industrial

**PLAN DE MERCADEO PARA AUTÓDROMO LOS VOLCANES**

PAULINA MIGOYA HILLERMANN

Trabajo de graduación presentado para optar al grado académico de

Licenciado en Ingeniería Industrial

BIBLIOTECA  
UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Guatemala

2003

## **PLAN DE MERCADEO PARA AUTÓDROMO LOS VOLCANES**

## PREFACIO

Primeramente doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para realizar y terminar mis estudios universitarios.

Agradezco también la confianza y el apoyo de mis padres, Jaime e Ingrid, porque siempre creyeron en mi y porque sé que mi triunfo es compartido en todas sus partes por ustedes.

Un agradecimiento muy especial a mis padrinos, Carlos e Ivonne, porque desde el inicio me brindaron un apoyo muy grande y por el cual estaré muy agradecida por el resto de mi vida.

A la Universidad Del Valle de Guatemala, porque de ella adquirí muchos conocimientos que me han ayudado en mi vida profesional y personal.

A mis abuelos, tíos y primos, quienes siempre me brindaron cariño, comprensión y apoyo.

Finalmente, a Autódromo Los Volcanes, por el apoyo y colaboración en la elaboración de mi trabajo de Tesis.

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias y Humanidades

Departamento de Ingeniería Industrial



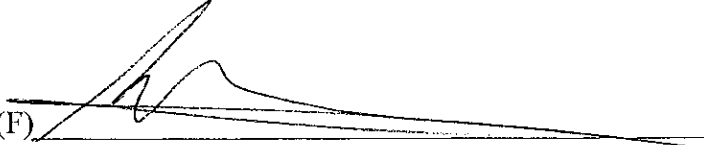
**PLAN DE MERCADEO PARA AUTÓDROMO LOS VOLCANES**

PAULINA MIGOYA HILLERMANN

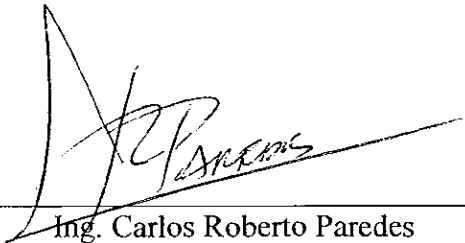
Guatemala

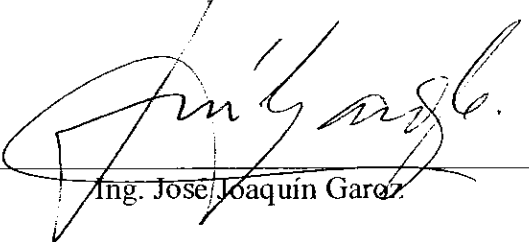
2003


Vo.Bo.:

(F)   
Ing.. Manuel Hernández

Tribunal:

(F)   
Ing. Carlos Roberto Paredes

(F)   
Ing. José Joaquín Garza

(F)   
Ing. Manuel Hernández

Fecha de aprobación:

12 de Enero del 2004

## **RESUMEN**

El objetivo de este trabajo fue el de realizar un plan de mercadeo para Autódromo Los Volcanes, el cual es un negocio que se dedica a organizar eventos relacionados con la velocidad, como carreras de automovilismo, go-karts y motos.

El trabajo presentará un plan de mercadeo, en el que se va a proveer información acerca de la situación actual en la que se encuentra Autódromo Los Volcanes; también se va a determinar el mercado meta al cual se dirige, las estrategias óptimas para mantener ese mercado y atraer uno nuevo, e identificar el ambiente competitivo dentro del cual se posiciona. También se tratarán los asuntos críticos que enfrentan actualmente y las estrategias de mercadeo más adecuadas que se podrían aplicar para mejorar su competitividad.

Para la realización de este trabajo se contó con el apoyo de Autódromo Los Volcanes, de donde se obtuvo la información y los datos necesarios para determinar la situación actual y establecer los asuntos favorables y críticos que presentan.

Para la determinación y conocimiento del mercado meta se llevaron a cabo encuestas, por medio de las cuales se pudieron identificar las características personales, gustos, necesidades, deseos, expectativas, etc., del mercado interesado.

Al ya conocer el mercado meta y los requisitos de éste se presentaron ideas para planes de expansión y mejora, ya sea de productos o servicios adicionales que pueden ofrecer o de diferentes eventos que puedan llevar a cabo con el fin de cumplir con los requisitos y expectativas del cliente. A partir de esto también se pudo determinar los medios de comunicación óptimos para promoverlo.

Se realizó una investigación de mercado, la cual incluyó un análisis de otros autódromos, a nivel internacional, lo cual se hizo a través de una búsqueda por medio de internet, lo cual permitió identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que Autódromo Los Volcanes presenta. Con la información obtenida se pudo sugerir planes de mejora que harán de Autódromo Los Volcanes un negocio competitivo y rentable.

El trabajo proporciona planes de venta en los que se describirán diferentes herramientas que se podrán utilizar para la atracción de los clientes, a través de los diferentes medios de comunicación, promociones y nuevos eventos.

# CONTENIDO

|                                                                    |        |
|--------------------------------------------------------------------|--------|
| RESUMEN .....                                                      |        |
|                                                                    | Página |
| LISTA DE TABLAS .....                                              | xiii   |
| LISTA DE GRÁFICOS .....                                            | xv     |
| LISTA DE ILUSTRACIONES .....                                       | xvii   |
| Capítulos                                                          |        |
| I. INTRODUCCIÓN .....                                              | 1      |
| II. ¿QUÉ ES UN PLAN DE MERCADEO? .....                             | 2      |
| A. Concepto de mercadeo .....                                      | 2      |
| B. Importancia del mercadeo .....                                  | 2      |
| C. Plan de mercadeo .....                                          | 3      |
| 1. Objetivos de un plan de mercadeo .....                          | 4      |
| 2. Realización de un plan de mercadeo .....                        | 4      |
| 3. Componentes de un plan de mercadeo .....                        | 5      |
| a. Resumen ejecutivo .....                                         | 5      |
| b. Situación actual .....                                          | 6      |
| c. Análisis de competencia y asuntos críticos .....                | 6      |
| d. Objetivos de mercadeo .....                                     | 6      |
| e. Elaboración y selección de estrategias y planes de acción ..... | 7      |
| f. Métodos de control .....                                        | 8      |
| III. ¿QUÉ ES AUTÓDROMO LOS VOLCANES? .....                         | 9      |

|                                                                   |        |
|-------------------------------------------------------------------|--------|
| A. Descripción de las actividades de autódromo Los Volcanes ..... | 9      |
| B. Plan estratégico de autódromo Los Volcanes .....               | 10     |
| 1. Misión .....                                                   | 10     |
| 2. Visión .....                                                   | 10     |
| 3. Objetivos .....                                                | 11     |
| 4. Objetivos de mercadeo .....                                    | 11     |
| <br>IV. SITUACIÓN ACTUAL DE AUTÓDROMO LOS VOLCANES .....          | <br>12 |
| A. Organización de los eventos .....                              | 13     |
| B. Estructura actual de precios .....                             | 14     |
| 1. Alquiler .....                                                 | 14     |
| a. Normas de alquiler .....                                       | 15     |
| 2. Inscripciones .....                                            | 15     |
| 3. Entradas .....                                                 | 15     |
| 4. Puntos de venta .....                                          | 16     |
| C. Canales de distribución actuales .....                         | 16     |
| 1. Periódico – Siglo Veintiuno .....                              | 16     |
| 2. Televisión – Canales 3 y 7 .....                               | 16     |
| 3. Radio Corporación – Alfa Super Stereo .....                    | 16     |
| 4. Televisión por cable .....                                     | 16     |
| 5. Volantes .....                                                 | 17     |
| 6. Internet .....                                                 | 17     |
| D. Patrocinadores oficiales .....                                 | 17     |
| 1. Grand Prix .....                                               | 18     |
| 2. Gran Turismo .....                                             | 18     |
| 3. Indy .....                                                     | 18     |
| 4. Racing .....                                                   | 18     |
| E. Promociones .....                                              | 19     |

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| F. Mensaje publicitario de Autódromo Los Volcanes .....                           | 19 |
| G. Gastos de publicidad .....                                                     | 19 |
| H. Eventos realizados en Autódromo Los Volcanes durante el año 2003 .....         | 20 |
| I. Venta de entradas .....                                                        | 21 |
| 1. Carreras de automovilismo .....                                                | 21 |
| 2. Carreras de motociclismo .....                                                 | 22 |
| J. Asistencia de público: carreras de automovilismo .....                         | 22 |
| K. Utilidad generada por evento .....                                             | 23 |
| L. FODA .....                                                                     | 24 |
| 1. Fortalezas .....                                                               | 24 |
| 2. Oportunidades .....                                                            | 24 |
| 3. Debilidades .....                                                              | 25 |
| 4. Amenazas .....                                                                 | 25 |
| M. Mercado de Autódromo Los Volcanes .....                                        | 25 |
| 1. Determinación del mercado objetivo .....                                       | 26 |
| a. Resultados encuesta: determinación de mercado meta .....                       | 26 |
| b. Análisis de los resultados: encuesta de determinación<br>de mercado meta ..... | 38 |
| 2. Análisis del mercado objetivo .....                                            | 39 |
| a. Resultados encuesta: análisis de mercado objetivo .....                        | 40 |
| b. Análisis de los resultados:<br>Encuesta de análisis de mercado meta .....      | 53 |
| V. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y DE ASUNTOS CRÍTICOS .....                         | 55 |
| A. Análisis de la competencia .....                                               | 55 |
| B. Asuntos críticos .....                                                         | 55 |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| VI. OBJETIVOS DE MERCADEO .....                           | 56 |
| A. Objetivos cualitativos .....                           | 56 |
| B. Objetivos cuantitativos .....                          | 56 |
| VII. ESTRATEGIAS DE MERCADEO .....                        | 57 |
| A. Patrocinio .....                                       | 57 |
| B. Estrategias de servicio .....                          | 60 |
| 1. Carreras con pilotos internacionales .....             | 61 |
| 2. Carreras nocturnas .....                               | 61 |
| 3. Cursos de manejo .....                                 | 61 |
| 4. Exhibiciones y pruebas de automóviles y motos .....    | 62 |
| 5. Espectáculos de medio tiempo durante los eventos ..... | 62 |
| 6. Alquiler de las instalaciones .....                    | 62 |
| 7. Instalaciones y servicios .....                        | 62 |
| a. Baños .....                                            | 63 |
| b. Bebidas y comidas .....                                | 63 |
| c. Punto de venta de entradas .....                       | 64 |
| d. Varios .....                                           | 64 |
| 1) Área para niños .....                                  | 64 |
| 2) Tienda de souvenirs .....                              | 64 |
| 3) VIP terraza .....                                      | 64 |
| C. Estrategias de precios .....                           | 65 |
| 1. Paquetes de entradas .....                             | 65 |
| 2. Niños menores de 10 años .....                         | 66 |
| 3. Igualdad de precios en todos los eventos .....         | 66 |
| D. Estrategias promocionales de mercadeo .....            | 66 |
| 1. Establecimiento de contactos .....                     | 67 |
| 2. Mercadeo a través de correo directo .....              | 68 |
| 3. Publicidad en medios de comunicación .....             | 68 |

|       |                                              |    |
|-------|----------------------------------------------|----|
| a.    | Periódico .....                              | 68 |
| b.    | Televisión .....                             | 69 |
| c.    | Radio .....                                  | 70 |
| d.    | Revistas .....                               | 70 |
| 4.    | Publicidad fuera de línea .....              | 71 |
| a.    | Volantes .....                               | 71 |
| b.    | Afiches .....                                | 72 |
| c.    | Productos promocionales .....                | 72 |
| 5.    | Publicidad y conferencias de prensa .....    | 74 |
| 6.    | Publicidad en internet .....                 | 75 |
| a.    | Página en línea .....                        | 75 |
| b.    | Banderines y Pop-ups .....                   | 75 |
| 1)    | www.guateracing.com .....                    | 76 |
| 2)    | www.zonagallo.com .....                      | 76 |
| 3)    | www.guateXsports.com .....                   | 76 |
| c.    | Correo electrónico.....                      | 77 |
| 7.    | Publicidad de boca en boca .....             | 77 |
| 8.    | Actividades promocionales .....              | 78 |
| a.    | Carreras con propósito benéfico .....        | 79 |
| b.    | Carreras de inauguración de calendario ..... | 79 |
| c.    | Promociones .....                            | 80 |
| 1)    | Recorrido al circuito por aficionados .....  | 80 |
| 2)    | Obsequios promocionales .....                | 80 |
| 3)    | Bloques de construcción .....                | 80 |
| 4)    | Club Autódromo Los Volcanes .....            | 81 |
| VIII. | CONCLUSIONES .....                           | 82 |
| IX.   | RECOMENDACIONES .....                        | 83 |
| X.    | BIBLIOGRAFÍA .....                           | 84 |

|      |                |    |
|------|----------------|----|
| XI.  | APÉNDICES..... | 86 |
| XII. | GLOSARIO ..... | 92 |

## LISTADO DE TABLAS

| Tabla |                                                                                                                    | Página |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 4.1.  | Número de entradas vendidas e ingreso por ventas .....                                                             | 28     |
| 4.2.  | Número de entradas vendidas e ingreso por ventas .....                                                             | 30     |
| 4.3.  | Asistencia de personas por eventos .....                                                                           | 30     |
| 4.4.  | Utilidad bruta generada por las carreras de automovilismo .....                                                    | 32     |
| 4.5.  | Utilidad bruta generada por las carreras de motociclismo .....                                                     | 32     |
| 4.6.  | Sexo .....                                                                                                         | 36     |
| 4.7.  | Edad .....                                                                                                         | 37     |
| 4.8.  | Zona en la que viven .....                                                                                         | 38     |
| 4.9.  | Medio por el cual se enteraron del evento .....                                                                    | 39     |
| 4.10. | Número de veces que han asistido a Autódromo Los Volcanes .....                                                    | 40     |
| 4.11. | Número de persona que han asistido a otros eventos de<br>Autódromo Los Volcanes .....                              | 40     |
| 4.12. | Otros eventos a los que han asistido .....                                                                         | 41     |
| 4.13. | Opinión de las instalaciones .....                                                                                 | 42     |
| 4.14. | Opinión del parqueo .....                                                                                          | 42     |
| 4.15. | Opinión de las bebidas y comida .....                                                                              | 43     |
| 4.16. | Opinión del precio de bebidas y comida .....                                                                       | 44     |
| 4.17. | Opinión de los baños .....                                                                                         | 44     |
| 4.18. | Opinión del precio de las entradas .....                                                                           | 45     |
| 4.19. | Opinión de la organización del evento .....                                                                        | 45     |
| 4.20. | Opinión de la promoción del evento .....                                                                           | 46     |
| 4.21. | Grado de interés de las personas por las diferentes modalidades<br>del deporte de la velocidad .....               | 47     |
| 4.22. | Porcentaje del grado de interés de las personas por las diferentes<br>modalidades del deporte de la velocidad..... | 47     |
| 4.23. | Sexo .....                                                                                                         | 52     |
| 4.24. | Edad .....                                                                                                         | 53     |
| 4.25. | Ha asistido a Autódromo Los Volcanes .....                                                                         | 54     |
| 4.26. | Número de veces que han asistido a Autódromo Los Volcanes .....                                                    | 54     |

|      |                                                                                                          |    |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.27 | Eventos a los que han asistido .....                                                                     | 55 |
| 4.28 | Área a la que han asistido .....                                                                         | 55 |
| 4.29 | Medios por los que se han enterado de los eventos .....                                                  | 56 |
| 4.30 | Factor que los motiva a asistir a Autódromo Los Volcanes .....                                           | 57 |
| 4.31 | Grado de preferencia de las personas por las diferentes modalidades<br>del deporte de la velocidad ..... | 58 |
| 4.32 | Opinión general acerca de Autódromo Los Volcanes .....                                                   | 59 |
| 4.33 | Piensa asistir de nuevo a Autódromo Los Volcanes .....                                                   | 61 |
| 4.34 | Razón por la que no han asistido a Autódromo Los Volcanes .....                                          | 62 |
| 4.35 | Medio más adecuado para enterarlo de los eventos .....                                                   | 63 |
| 4.36 | ¿Le gusta el deporte de la velocidad? .....                                                              | 64 |
| 4.37 | Factores que los motivarían a asistir a Autódromo Los Volcanes .....                                     | 65 |
| 4.38 | Precios de productos promocionales .....                                                                 | 99 |

## LISTADO DE GRÁFICOS

| Gráfico                                                                                            | Página |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 4.1 Ingreso por venta de entradas: carreras de automovilismo .....                                 | 29     |
| 4.2 Ingreso por venta de entradas: carreras de motociclismo .....                                  | 30     |
| 4.3 Sexo de la muestra .....                                                                       | 37     |
| 4.4 Edad de la muestra .....                                                                       | 37     |
| 4.5 Zona en la que viven .....                                                                     | 38     |
| 4.6 Porcentaje del medio por el cual las personas se enteraron del evento .....                    | 39     |
| 4.7 Porcentaje del número de veces que las personas han asistido a<br>Autódromo Los Volcanes ..... | 40     |
| 4.8 Porcentaje de asistencia a otros eventos .....                                                 | 40     |
| 4.9 Porcentaje de otros eventos a los que has asistido .....                                       | 41     |
| 4.10 Opinión de las instalaciones .....                                                            | 41     |
| 4.11 Opinión del parqueo .....                                                                     | 42     |
| 4.12 Opinión de bebidas y comidas .....                                                            | 43     |
| 4.13 Opinión del precio de bebidas y comidas .....                                                 | 43     |
| 4.14 Opinión de los baños .....                                                                    | 44     |
| 4.15 Opinión del precio de entradas .....                                                          | 44     |
| 4.16 Opinión de la organización del evento .....                                                   | 45     |
| 4.17 Opinión acerca de la promoción del evento .....                                               | 45     |
| 4.18 Grado de interés de los eventos realizados en Autódromo<br>Los Volcanes .....                 | 46     |

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.19 Sexo .....                                                          | 51 |
| 4.20 Edad .....                                                          | 52 |
| 4.21 ¿Ha asistido a Autódromo Los Volcanes? .....                        | 52 |
| 4.22 ¿Cuántas veces ha asistido a Autódromo Los Volcanes? .....          | 53 |
| 4.23 Eventos a los que han asistido .....                                | 54 |
| 4.24 Área a la que han asistido .....                                    | 54 |
| 4.25 Medios por los que se han enterado del evento .....                 | 55 |
| 4.26 Factor que los motiva a asistir a Autódromo Los Volcanes .....      | 56 |
| 4.27 Grado de preferencia del evento .....                               | 57 |
| 4.28 Opinión general acerca de Autódromo Los Volcanes .....              | 58 |
| 4.29 ¿Piensa asistir de nuevo a Autódromo Los Volcanes? .....            | 59 |
| 4.30 Razón por la cual no ha asistido a Autódromo Los Volcanes .....     | 61 |
| 4.31 Medio más adecuado para hacerlo saber de los eventos.....           | 62 |
| 4.32 ¿Le gusta el deporte de la velocidad? .....                         | 62 |
| 4.33 Factores que lo motivarían a asistir a Autódromo Los Volcanes ..... | 63 |

## LISTADO DE ILUSTRACIONES

| <b>Ilustración</b>                        | <b>Página</b> |
|-------------------------------------------|---------------|
| 4.1 Plano de Autódromo Los Volcanes ..... | 16            |

# I. INTRODUCCIÓN

Autódromo Los Volcanes es un negocio cuyo propósito principal es proporcionar entretenimiento para el público aficionado al automovilismo y al deporte de la velocidad, ya que cuenta con un circuito o pista de carreras en el que se desarrollan eventos relacionados de este tipo.

Además, por el espacio con el que cuenta Autódromo Los Volcanes cumple con la característica de poder realizar otros eventos, ya sea eventos relacionados con cualquier vehículo sobre ruedas o de otra índole.

En la actualidad Autódromo Los Volcanes es el único en su tipo en Guatemala, pero es un negocio nuevo, que lleva un año de haber abierto sus puertas, por lo que no ha podido penetrar adecuadamente al mercado y no han podido identificar el segmento del mercado al cual van dirigidos, los medios de comunicación óptimos para promoverlo, los eventos de mayor interés, las necesidades y expectativas del cliente, así como cuáles son sus fortalezas y debilidades.

El propósito de realizar este trabajo es el de crear un plan de mercadeo que sea apropiado para Autódromo Los Volcanes, para que así pueda penetrar y solidificarse en el mercado adecuado, identificando con claridad al sector al cual está dirigido y crear planes de mejora que permita mantener a los clientes que ya tiene y atraer a nuevos, para así hacer de Autódromo Los Volcanes un negocio de éxito, rentable, cumpliendo con las necesidades y requisitos de los clientes.

## II. ¿QUÉ ES UN PLAN DE MERCADEO?

### A. Concepto de mercadeo

Mercadeo es un sistema total de actividades de negocios cuya finalidad es planificar, fijar el precio, de promover y distribuir los productos o servicios que satisfacen las necesidades entre los mercados objetivos para alcanzar los objetivos corporativos.

El mercadeo encierra todo lo que se debe hacer para obtener un producto o servicio, haciendo que consumidores potenciales tengan conocimiento acerca de estos productos o servicios, haciendo que los requieran y luego vendérselos.

El concepto de mercadeo se basa en tres creencias:

- Toda la planificación y las operaciones deben orientarse al cliente.
- Todas las actividades de mercadeo deben coordinarse. Es decir, que la planificación del producto o servicio, la fijación de precios, la distribución y promoción, deben diseñarse y combinarse coherentemente.
- El mercadeo orientado al cliente y que es coordinado, es básico para poder alcanzar los objetivos del desempeño organizacional.

### B. Importancia del mercadeo

Un consumidor adquiere un producto o servicio porque le satisface sus necesidades. Lo que hace capaz que un producto o servicio satisfaga las necesidades es su utilidad, y por medio del mercadeo se crea la mayor parte de la utilidad de un producto o servicio.

Las decisiones relacionadas con mercadeo deben formar parte de la planeación a corto y largo plazo de toda organización, por las siguientes razones:

- El éxito de un negocio se basa en el nivel en que se satisfacen las necesidades y deseos de los clientes, lo cual constituye un factor esencial de la existencia de una organización.
- El mercadeo es la única actividad que aporta directamente ingresos.

Los elementos esenciales de mercadeo son:

- Un análisis cuidadoso de los mercados para comprender sus necesidades
- La selección de grupos objetivos de clientes cuyas necesidades correspondan a las capacidades de la empresa
- Adaptar la oferta del producto o servicio para lograr la satisfacción del cliente

Toda organización se debe orientar al mercado, la cual comprende de cinco elementos:

- Orientación al cliente: contar con la comprensión de los consumidores objetivos para poder generar para ellos un valor superior constantemente.
- Orientación a la competencia: reconocer las fortalezas, las debilidades y las estrategias de la competencia.
- Coordinación interfuncional: coordinar y desplegar los recursos de los que dispone la organización para que así se centren en la creación de valor para el cliente.
- Centrarse en el largo plazo: adoptar una perspectiva que incluya una búsqueda continua de métodos que puedan agregar valor al realizar inversiones en el negocio.
- Rentabilidad: generar ingresos suficientes para cubrir los gastos a largo plazo y satisfacer a los dueños de la empresa.

## **C. Plan de mercadeo**

La planificación es una forma sistemática para que una organización intente controlar su futuro. Planificar es decidir ahora lo que se hará en un futuro, una declaración de lo que la organización espera alcanzar, cómo hacerlo y cuándo lograrlo.

La planificación de mercadeo es el proceso sistemático para desarrollar y coordinar las decisiones relacionadas con mercadeo. La planificación del mercadeo es el proceso mediante el cual una organización fija sus prioridades de largo plazo con respecto a productos o servicios y mercados, con el propósito de incrementar el valor de la compañía.

El plan de mercadeo es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda organización orientada al mercado que quiera ser competitiva. Cuando se establece un plan de mercadeo deben fijarse todas las actividades que se deben llevar a cabo en el área de mercadeo para alcanzar los objetivos. Este plan debe estar coordinado y debe ser congruente con el plan estratégico de la empresa.

Un plan de mercadeo proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere obtener en el camino que se debe tomar para llegar a la meta, y al mismo tiempo, da un detalle de la situación y el posicionamiento en la que se encuentra la empresa.

El plan de mercadeo cubre los detalles del plan para la búsqueda y la consecución de su mercado objetivo e incluye información sobre el mercado total, enfatizando en su mercado objetivo específico. Permite identificar a los clientes y determina los medios que se deben utilizar para que los productos y servicios estén disponibles.

**1. Objetivos de un plan de mercadeo.** Los objetivos que se buscan con un plan de mercadeo son los siguientes:

- Planificar el desarrollo de la empresa en el área de mercadeo
- Determinar oportunidades de negocio y mercados de interés
- Definir las estrategias de mercadeo
- Descripción del mercado y justificación financiera de los medios elegidos para vender en él los productos o servicios
- Obtención de ventajas competitivas sostenibles en el tiempo y defendibles frente a la competencia
- Definición de los objetivos de mercadeo
- Analizar las desviaciones frente a los objetivos y actuar consecuentemente
- Instrumento de comunicación interna y externa incrementando la motivación de los integrantes de la empresa.

**2. Realización de un plan de mercadeo.** La elaboración de un plan de mercadeo pretende sistematizar las diferentes actividades para conseguir los mejores resultados de acuerdo con las circunstancias del mercado. El plan de mercadeo es el resultado de una planificación constante con respecto al producto o servicio y a la venta del mismo con respecto a las necesidades detectadas en el mercado.

El plan de mercadeo es un instrumento esencial en toda empresa, ya que facilita la comercialización eficaz de cualquier tipo de producto o servicio. La realización de un plan de mercadeo es la elaboración de un documento escrito que de una forma sistemática y estructurada, y previa la realización de análisis y estudios adecuados, define los objetivos a conseguir en un período de tiempo determinado, y también detalla los planes y medios de acción que son necesarios para alcanzar los objetivos.

Para realizar un plan de mercadeo se deben seguir los siguientes pasos:

Determinar el posicionamiento en el mercado, lo cual requiere de la realización de un análisis de la situación de la compañía, donde se pueden identificar las oportunidades y amenazas que presenta, así como las fortalezas y las debilidades. Se debe realizar un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, también conocido como FODA.

Después se debe determinar a dónde se quiere llegar. Se deben establecer los objetivos de mercadeo que la empresa fija para cierto período de tiempo.

Cuando los objetivos han sido planteados se debe determinar cómo llegar a esos objetivos o cómo alcanzarlos. Esto se hace determinando los medios necesarios y el desarrollo de estrategias que se deben seguir para alcanzar los objetivos.

Cuando ya se han planteado las estrategias se especifican los medios de acción que deben emplearse para alcanzar los objetivos propuestos, lo cual determina las acciones o tácticas que se van a emplear con respecto a la mezcla de mercadeo.

Luego se deben traducir los objetivos y planes de acción en términos de costos y resultados.

Para poder saber si se están cumpliendo los objetivos se debe llevar un procedimiento de control y seguimiento al plan de mercadeo. Se deben llevar constantemente estos procedimientos ya que el mercado sufre constantes cambios y fluctuaciones.

**3. Componentes de un plan de mercadeo.** Los planes de mercadeo varían según la industria, el tamaño de la empresa y el nivel de crecimiento. El procedimiento le permite darse cuenta sobre las metas del negocio y determinar cuáles estrategias de mercadeo utilizará para alcanzarlas.

A continuación se presentan los componentes esenciales para un plan de mercadeo:

**a. Resumen ejecutivo.** El resumen ejecutivo presenta a la compañía y explica los puntos principales del plan. Lo que incluye el resumen ejecutivo es una descripción del negocio y acerca de los productos o servicios que ofrecen, el tiempo que lleva en el negocio y su posicionamiento actual dentro del mercado, el plan estratégico y los principales objetivos de mercadeo.

**b. Situación actual.** En esta parte se debe proveer información acerca de la posición en que se encuentra la empresa, el mercado meta y la competencia. Y también se deben especificar los asuntos críticos que enfrenta la organización.

Se debe incluir un análisis histórico, donde se establecen las actividades que se han llevado a cabo, y un análisis del comportamiento de ventas. Se debe establecer un estudio de mercado, para conocer el mercado objetivo al que se dirige, y un análisis FODA, donde quedan analizadas y estudiadas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se tengan o que puedan surgir en la empresa o competencia.

Otros factores a considerar son el entorno, la imagen de la empresa y los servicios que se ofrecen, los canales de distribución que usan actualmente, la estructura actual de precios, así como otros factores como las ventas, costos, utilidades generadas y su penetración en el mercado.

También se debe especificar la localización y una descripción del mercado meta, según características similares, hábitos, necesidades y hábitos de compra, ya que esto permitirá planificar las estrategias adecuadas, para saber a quiénes hay que dirigir las.

**c. Análisis de la competencia y de asuntos críticos.** El análisis de competencia y de asuntos críticos proporciona información acerca de los retos externos y de las oportunidades a los que se enfrenta la empresa.

El análisis de competencia incluye información acerca de otras compañías que ofrecen servicios o productos que compiten en la empresa.

El análisis de asuntos críticos identifica los asuntos externos que afectan y que presentan un reto o desafío a las operaciones de una empresa, se deben especificar las amenazas y oportunidades (factores externos), así como las fuerzas y debilidades (factores internos).

**d. Objetivos de mercadeo.** Los objetivos deben responder la pregunta: ¿Qué se quiere alcanzar? Deben estar estrechamente relacionados con las metas y estrategias globales de la compañía.

Los tipos de objetivos básicos son:

- Cuantitativos: previsión de ventas, porcentaje de beneficios, captación de nuevos clientes, recuperación de clientes perdidos, participación de mercado, etc.
- Cualitativos: a la mejora de imagen, mayor grado de reconocimiento, calidad de servicios, apertura de nuevos canales, mejora en la fuerza de ventas, etc.

**e. Elaboración y selección de estrategias y planes de acción.** Las estrategias son los caminos de acción de que dispone la empresa para alcanzar los objetivos previstos. Estas estrategias deben quedar bien definidas para que se puedan implementar adecuadamente al mercado y frente a la competencia, para así poder alcanzar una mayor rentabilidad.

Todas las estrategias se deben formular en base al análisis que se hizo de los puntos débiles y fuertes, oportunidades y amenazas que existen en el mercado, así como de factores internos y externos que intervienen y siempre que estén de acuerdo a las directrices de la compañía.

Esta parte del plan cubre los cuatro puntos del mercado:

- Producto: descripción del producto o servicio, sus características.
- Precio: lista de precios y políticas de precios.
- Promoción: las herramientas o tácticas a utilizar para alcanzar los objetivos.
- Posición: cómo y dónde se colocará el producto.

A esto se le conoce como las 4 Pes del mercadeo.

El proceso que se debe seguir para la selección de las estrategias se basa en:

- El mercado meta al que se quiere llegar.
- El planteamiento general y objetivos específicos de las diferencias variables del mercadeo.
- El presupuesto determinado.
- La valoración global del plan.

Para las estrategias establecidas se deben elaborar planes de acción para alcanzar los objetivos propuestos en el período de tiempo determinado. Los objetivos se pueden conseguir aplicando diferentes estrategias y éstas requieren la aplicación de varias tácticas, las cuales se definen como acciones concretas que se deben poner en práctica para poder obtener los resultados estratégicos.

Las diferentes tácticas que se utilizan forman parte de lo que se llama mezcla de mercadeo, lo cual es la combinación del producto o servicio, la forma en que se va a distribuir y promoverá y el precio. Estos elementos son los que deben satisfacer las necesidades del mercado o mercados meta y al mismo tiempo cumplir los objetivos de mercadeo.

- Producto: se deben establecer estrategias para administrar los productos actuales a lo largo del tiempo, incorporar otros nuevos y abandonar los que no funcionan. También se deben tomar

decisiones estratégicas acerca del uso de marcas, empaque y otras características del producto como garantías.

- Precio: las estrategias necesarias se refieren a la ubicación de los clientes, la flexibilidad de los precios y las condiciones de venta.
- Distribución: incluye la administración del canal o canales a través de los cuales la propiedad de los productos se transfieren al consumidor.
- Promoción: conjunto de estrategias que combinan los métodos individuales, como publicidad, venta personal y promoción de ventas, en una campaña bien coordinada.

Al saber qué acciones tomar, sólo se necesitan los medios necesarios para llevarlas a cabo. Esto se materializa en un presupuesto, cuya secuencia de gasto se hace según los programas de trabajo y tiempo aplicados.

**f. Métodos de control.** El control y la evaluación es el último requisito exigible a un plan de mercadeo, el control de la gestión y el uso de los cuadros de mando permiten saber el grado de cumplimiento de los objetivos a medida que se van aplicando las estrategias y tácticas definidas.

### **III. ¿QUÉ ES AUTÓDROMO LOS VOLCANES?**

Autódromo Los Volcanes surgió como una iniciativa de un grupo de entusiastas empresarios, aficionados al apasionante deporte de la velocidad, con el propósito de desarrollar el automovilismo guatemalteco en todas sus disciplinas, a niveles de reconocimiento internacional.

La construcción de una pista de calidad mundial en Guatemala surgió de la inquietud de un grupo de empresarios que están relacionados con el deporte de la velocidad, y la cual se dio desde junio de 1993 cuando se cerró el Autódromo Guatemala que se situaba en Carretera a El Salvador.

A finales de 1999 los aficionados del automovilismo realizaban carreras de aceleración en el Puerto de San José, Escuintla. Los circuitos se desarrollaron en la pista de la Base de Paracaidismo hasta principios del año 2001, cuando les fue vedado el ingreso a las instalaciones.

El deseo de la construcción del autódromo continuó. Los organizadores no se hicieron para atrás, y en enero del 2002 convocaron a la prensa y a personas de distintos sectores para la presentación del proyecto.

El 25 de marzo empezó la construcción del proyecto en un extenso terreno que se ubica en el municipio de Alotenango, departamento de Escuintla, a la orilla de la carretera principal que conduce de la autopista Palín-Escuintla hacia la Antigua Guatemala.

El Autódromo Los Volcanes se inauguró el 6 de octubre de 2002 con la primera fecha nacional de automovilismo.

#### **A. Descripción de las actividades de Autódromo Los Volcanes**

Autódromo Los Volcanes es una sociedad anónima que existe esencialmente para proporcionar entretenimiento para el público aficionado al automovilismo y al deporte de la velocidad. Autódromo Los Volcanes cuenta con un circuito o pista de carreras en el que se desarrollan eventos relacionados con el deporte de la velocidad y se dedica a proporcionar un ambiente organizado, competitivo y legal para que individuos corran con el propósito de obtener velocidad y adrenalina. Por las características que ofrece Autódromo Los Volcanes, actualmente se realizan eventos de las diferentes disciplinas que este deporte puede ofrecer, como:

- Carreras de circuito
- Competencias de aceleración
- Carreras de motovelocidad

- Carreras de go-karts

Además, por el espacio con el que cuenta Autódromo Los Volcanes cumple con la característica de poder realizar otros eventos, ya sea eventos relacionados con cualquier vehículo sobre ruedas o de otra índole. Otros eventos para el cual está disponible Autódromo Los Volcanes son:

- Demostraciones, exhibiciones y pruebas de automóviles
- Cursos de manejo de competencia
- Cursos de manejo de aprendizaje
- Cursos de manejo de seguridad
- Conciertos
- Ferias

Autódromo Los Volcanes se encarga de la organización directa de los eventos de automovilismo y motociclismo. Los eventos de go-karts y cuarto de milla que se llevan a cabo en Autódromo Los Volcanes son organizados por las asociaciones respectivas de cada deporte y Autódromo Los Volcanes sólo alquila sus instalaciones.

Autódromo Los Volcanes alquila sus instalaciones ya sea para empresas o pilotos inscritos, para la realización de distintas actividades, como cursos de manejo, exhibiciones, entrenos y pruebas de automóviles.

Autódromo Los Volcanes abrió sus puertas el 6 de octubre de 2002, con lo que lleva poco más de un año de funcionar. Desde entonces se han realizado carreras de automovilismo, carreras de go-karts, carreras de motociclismo y de cuarto de milla. También se han realizado cursos de manejo para la Porsche y Honda.

## **B. Plan estratégico de Autódromo Los Volcanes**

- 1. Misión.** Proveer un autódromo del más alto nivel, para que todos los eventos que se desarrollen en él sean de la más alta calidad, proporcionándole a los competidores la infraestructura necesaria, para desplegar todas sus habilidades de manejo y explotando al máximo sus conocimientos mecánicos. Al mismo tiempo brindarle a la población guatemalteca las mejores instalaciones y comodidades para que disfruten de domingo a domingo de las mejores competencias en las diferentes modalidades de circuito, kartismo y motovelocidad.
- 2. Visión.** Desarrollar el deporte de la velocidad a niveles de reconocimiento internacional.

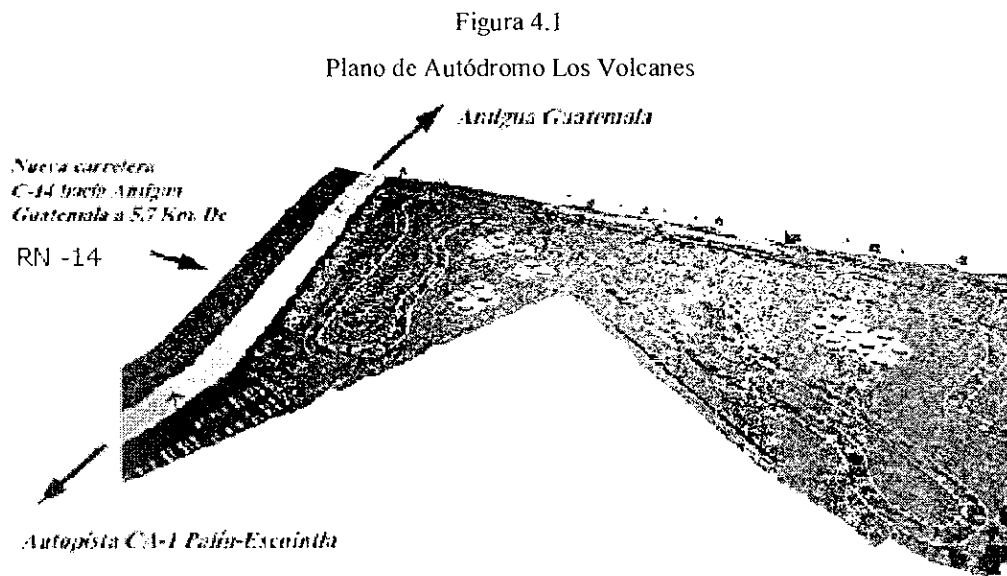
3. **Objetivos.** Autódromo Los Volcanes, tiene como objetivo principal brindarle a la familia guatemalteca, en especial a nuestra juventud, la más atractiva alternativa para el entretenimiento y sana distracción en el fin de semana. Se espera contar con afluencia masiva de personas de las diferentes regiones tanto de la capital, costa sur y occidente en todos los eventos automovilísticos.

Además tiene como objetivo el incremento en la cantidad de aficionados a la velocidad y el desarrollo y promoción de este deporte a altos niveles.

4. **Objetivos de mercadeo.** Autódromo Los Volcanes, proporciona una excelente opción a las empresas para la exposición de sus marcas, tanto a los asistentes como a los que presenciarán los eventos en los medios de comunicación masivos, asimismo tiene las facilidades en sus instalaciones para la venta o muestreo de productos a las personas que asistan a los eventos.

## IV. SITUACIÓN ACTUAL DE AUTÓDROMO LOS VOLCANES

Actualmente Autódromo Los Volcanes está situado en un terreno de 59 manzanas en el municipio de Alotenango, Escuintla, las cuales están disponibles en su totalidad para su uso. El terreno pertenece a Autódromo Los Volcanes por medio de un contrato de 12 años, tiempo por el cual está proyectada la vida del autódromo.



Las instalaciones brindan comodidades y facilidades a pilotos y público asistente con la infraestructura construida especialmente para este tipo de eventos. Autódromo Los Volcanes cuenta con:

- Una pista con un circuito principal de 2.4 kilómetros de longitud y 10 metros de ancho, la cual tiene conexiones internas a partir de las cuales se pueden extraer cuatro circuitos de menor dimensión para vehículos más pequeños o de otra índole (go-karts, autocross, carreras contra reloj).
- Treinta garajes (llamados pits) con capacidad de dos vehículos cada uno, de 7.5 mts. de largo. Cada pit tiene acceso a un segundo piso, denominado Terraza, con capacidad para 20 personas por unidad. Se divide en dos alas, norte y sur, separadas por la torre de control.

- Una torre de control que cuenta con tres niveles: en el primer nivel está el podium de premiación, área médica y área sanitaria; en el segundo nivel se encuentra el área de prensa y relaciones públicas; y en el tercero es exclusivo para la organización del evento.
  
- Cuatro áreas principales para espectadores, denominadas: terraza, paddock, general y VIP Volvo. Terraza es el área destinada para socios de Autódromo Los Volcanes, pilotos, amigos y familiares de pilotos y socios. El área de VIP Volvo pertenece a la agencia de Volvo y está destinada para sus clientes. El acceso a Terraza y VIP Volvo se da con entradas de cortesía. Las áreas de Paddock y General son pagadas, y difieren en la localización, el precio y los servicios de comida y bebidas que se ofrecen. La capacidad actual para cada área de personas cómodamente sentadas es: Terraza 600, Paddock 640, General 1420 y VIP Volvo 100, para un total de 2760.
  
- Servicios básicos
  
- Dos áreas de parqueo. El área con acceso directo a paddock, terraza y pits tiene un área de 19 manzanas, con capacidad de 2500 automóviles, y el área con acceso directo a General y VIP Volvo tiene un área de dos manzanas y media con capacidad de 250 automóviles.
  
- Área para parqueo de helicópteros, con tres helipuertos ya establecidos.

(Ver Apéndice A)

## **J. Organización de los eventos**

En la temporada del año 2003 Autódromo Los Volcanes organizó siete eventos de automovilismo y dos de motociclismo. Los eventos de go-karts y algunas de motociclismo que se llevaron a cabo en Autódromo Los Volcanes fueron organizados por las asociaciones respectivas de cada deporte y Autódromo Los Volcanes sólo alquiló sus instalaciones.

Autódromo Los Volcanes alquila sus instalaciones ya sea para empresas o pilotos inscritos de las diferentes categorías, para la realización de distintas actividades, como cursos de manejo, exhibiciones, entrenamientos y pruebas de automóviles.

Para la realización del Campeonato Nacional de Automovilismo y de las carreras de motociclismo llevan a cabo la contratación de tres empresas diferentes que se encargan de:

- La organización del parqueo
- Seguridad
- Cobro de taquillas

Aparte contratan a personal calificado para la coordinación interna de las carreras, la cual está formada por dos coordinadores generales, un director, un asistente de director, banderilleros y jueces.

También se encargan de contratar personal para la limpieza de Autódromo Los Volcanes.

Ya que Autódromo Los Volcanes no cuenta con sus propios restaurantes o centros de venta de comida, obtienen los servicios de comida y bebidas con el apoyo de cinco compañías diferentes:

- El Ganadero, quien tiene tres puntos de venta
- Los Cebollines, quien tiene un punto de venta
- Tre Fratelli, quien tiene tres puntos de venta
- Productos Diana
- Pepsi

Manejan los servicios de comida cobrando a cada compañía por cada punto de venta establecido. A los patrocinadores oficiales no se les cobra por su ingreso en las instalaciones.

## **K. Estructura actual de precios**

Los precios que tiene estipulados actualmente Autódromo Los Volcanes son para el año del 2003. Los precios que tienen ya establecidos son los de alquiler para empresas y alquiler para pilotos, inscripciones de pilotos, entradas y puntos de venta.

**1. Alquiler.** Autódromo Los Volcanes alquila sus instalaciones ya sea para empresas u organizaciones, las cuales organizan eventos privados o públicos, para pilotos. El precio del alquiler es el siguiente:

- Alquiler para empresas: Q8,860.00 diarios
- Alquiler para pilotos:
  - Exclusivo (sólo dos vehículos): Q1,000.00 diarios
  - Por piloto: Q200.00 diarios

- Alquileres fortuitos: Q1,000.00 – Q8,860.00

Se consideran alquileres fortuitos aquellos cuyo uso de las instalaciones no afecta o desgasta en algún sentido el circuito del autódromo. Se han realizado este tipo de alquileres para la toma de fotografías o filmación de anuncios.

**a. Normas de alquiler.** 1) Autódromo Los Volcanes sólo se alquila en fechas ajenas a los eventos de automovilismo, motociclismo y go-karts, los cuales tienen una duración de tres días, de viernes a sábado.

1) Durante la semana previa a cada evento, las instalaciones de Autódromo Los Volcanes sólo se alquila de lunes a jueves, a pilotos que están directamente relacionados con cada evento, sin exclusividad. Los días viernes, sábado y domingo no se alquilan ya que son los días que están destinados para el evento.

**2. Inscripciones.** Autódromo Los Volcanes cobra la inscripción de los pilotos por cada fecha de competición de los eventos de automovilismo y motociclismo.

La inscripción de los pilotos de automovilismo varía según la categoría que corren, cuya denominación y costo es:

- |                                                             |         |
|-------------------------------------------------------------|---------|
| - Clásicos Deportivos, Iniciación y Copa Yaris              | Q400.00 |
| - Formula Jaguar, Modificados, Super Street y Super Turismo | Q600.00 |

La inscripción de los pilotos de motociclismo es única, y tiene un valor de Q300.00.

**3. Entradas.** El precio de las entradas para las carreras de automovilismo y de motociclismo es el mismo, y varía según el área al que se asista, así como para adultos y niños.

**a. Paddock**

- |            |        |
|------------|--------|
| 1) Adultos | Q80.00 |
| 2) Niños   | Q40.00 |

b. General

- |            |        |
|------------|--------|
| 1) Adultos | Q40.00 |
| 2) Niños   | Q20.00 |

- 4. Puntos de venta.** Los puntos de venta son áreas cubiertas por un toldo de 6x 4 m, los cuales se sitúan en las instalaciones durante los eventos organizados directamente por Autódromo Los Volcanes. Estos puntos de venta se venden a diferentes compañías y patrocinadores para la exposición o venta de sus productos, como restaurantes, empresas de repuestos, empresas de tarjetas de crédito, seguros, etc.

El precio de cada punto de venta es de Q1,000.00 más IVA.

## L. Canales de distribución actuales

Actualmente Autódromo Los Volcanes utiliza seis medios de comunicación diferentes para dar a conocer los eventos que se realizan en sus instalaciones y que ellos organizan directamente. La publicidad en algunos medios se realiza sólo durante la semana de los eventos de automovilismo y motociclismo.

Los medios por los cuales se distribuyen son:

- 1. Periódico.** La publicidad en periódico se hace en Siglo Veintiuno, el cual se realiza por medio de canjes, ya que Siglo Veintiuno es el patrocinador oficial de Autódromo Los Volcanes. Al ser por medio de canjes no tiene la opción de seleccionar una página específica.
- 2. Televisión.** La publicidad por televisión es a través de los canales 3 y 7, de la televisión nacional, y se realiza por medio de canjes, ya que son patrocinadores oficiales.
- 3. Radio.** La publicidad a través de la radio funciona a través de canjes, en la emisora Alfa Super Stereo, la cual es patrocinador oficial.
- 4. Televisión por cable.** Se transmiten anuncios por cable con el apoyo de una agencia de automóviles quienes dan soporte publicitario.

**5. Volantes.** Se mandan a imprimir 10,000 volantes de un cuarto de página de tamaño por evento con el mismo diseño que los anuncios que aparecen en los periódicos. Se reparten en diferentes puntos de la ciudad, de los cuales se puede mencionar:

- Avenida Las Américas
- Obelisco
- Avenida La Reforma
- Boulevard Vista Hermosa
- Semáforo frente a Canal 7
- Campo Marte Zona 5
- 6ta Avenida, entrada a Universidad Francisco Marroquin
- Roosevelt frente a la HINO
- Aguilar Bâtres, entrada a San Cristóbal
- Centro Comercial Unicentro
- Centro Comercial Los Próceres
- Estaciones Shell ( Select )
- Restaurantes Tre Fratelli
- Video Shop

**6. Internet.** Autódromo Los Volcanes cuenta con su propia página web, donde se encuentra información sobre su historia, instalaciones y sobre los eventos que realizan. La dirección de la página es [www.autodromolosvolcanes.com](http://www.autodromolosvolcanes.com). La página es visitada por aproximadamente entre 1,500 y 2,000 personas al día.

## **M. Patrocinadores oficiales**

El automovilismo sirve como una herramienta de mercadeo para compañías y patrocinadores, dado que éste atrae a un gran número de espectadores. El patrocinio funciona como una relación de negocios entre Autódromo Los Volcanes y un proveedor de fondos, a cambio de ciertos derechos y alguna asociación que sirve como una ventaja competitiva.

Autódromo Los Volcanes maneja diferentes tipos de patrocinios, los cuales ya están establecidos y se denominan de la siguiente manera:

1. **Grand Prix.** Este patrocinio es de tipo exclusivo, el cual tiene un valor de \$250 miles y un costo de operación anual de \$25 miles.
2. **Gran Turismo.** Este patrocinio tiene un valor de \$125 miles, el cual incluye exposición en ocho vallas de 3x6m, dos muros de pits, orden preferencial en anuncios de prensa y volantes y cinco menciones durante la narración de cada evento.
3. **Indy.** Este tiene un valor de \$62 miles, el cual incluye exposición en cuatro vallas de 3x6m, un muro de pit y tres menciones durante la narración de cada evento.
4. **Racing.** Este tiene un valor de \$31 miles, el cual incluye exposición en dos vallas de 3x6m y una mención durante la narración de cada evento.

Actualmente la mayoría de los contratos tienen vigencia de cinco años y tienen un costo de mantenimiento anual de Q50,000.00 más IVA, el cual es pagado y realizado por el patrocinador. En caso de que los patrocinadores ofrezcan canjes entonces el mantenimiento está a cargo de Autódromo Los Volcanes. El diseño de las vallas y los muros debe ser aprobado por Autódromo Los Volcanes.

No está permitido el patrocinio, ni en las instalaciones de Autódromo Los Volcanes ni en los vehículos a competir, de la competencia directa de los patrocinadores exclusivos, ni de tipo político o religioso.

Los patrocinadores oficiales de Autódromo Los Volcanes son:

- Corporación de Noticias / Siglo XXI
- Viscosa / Castrol
- Fahonda
- Volvo / Grupo los Tres
- Pepsicola / La Mariposa
- Shell de Guatemala, S.A.
- Agua pura Xajanal / Disagro
- La Comercial S.A. / Productos Diana
- Distribuidora La Nueva / Cerveza Gallo
- Central de Radio / Canal 3 y 7
- Técnicos en Seguros
- Canella

- La Pedrera
- Lubrimport
- Electrónica Panamericana
- Suzuki
- Gran Tikal Futura Hotel
- Good & Year
- Sherwin Williams
- Motorola
- D.M. Nacional
- Autoselect
- RPM Aceleración
- Quick Shop

## **N. Promociones**

Actualmente el tipo de promoción que lleva Autódromo Los Volcanes es el de regalar entradas de cortesía, ofreciéndolas a las empresas patrocinadoras, las cuales las regalan a sus clientes o empleados.

## **O. Mensaje publicitario de Autódromo Los Volcanes**

Durante el tiempo que Autódromo Los Volcanes ha estado funcionando han contado con tres diferentes mensajes publicitarios, los cuales se han ido cambiando para irlos adaptando a los eventos; éstos han sido:

“Ven con tus amigos, ven con tu familia”

“No corras en la calle, corre en Autódromo Los Volcanes”

“El liderato está en juego”

## **P. Gastos de publicidad**

La publicidad la lleva a cabo una empresa de publicidad contratada por Autódromo Los Volcanes, quienes se encargan del diseño y de la creación de los anuncios, ya sean de prensa, televisión y radio. El gasto de publicidad representa un promedio del 30% del costo total de montar un evento, el cual es un promedio de Q30,000.00 por evento.

## **Q. Eventos realizados en Autódromo Los Volcanes durante el año 2003**

Autódromo Los Volcanes obtiene sus ingresos a partir de la venta de entradas de los eventos, así como de las inscripciones de los corredores de las carreras que se realizan y del alquiler de sus instalaciones, ya sea para empresas o para los pilotos que desean entrenar.

Durante el año 2003 en Autódromo Los Volcanes se desarrollaron 14 eventos entre automovilismo, motociclismo y kartismo, contando con una asistencia mayor de 35,000 personas. Durante estos eventos se ha contado con la participación de más de 100 vehículos y 80 go-karts dentro de las diferentes categorías que se disponen.

De estos catorce eventos, Autódromo Los Volcanes organizó siete eventos de automovilismo y dos de motociclismo, y para el resto sólo alquilaron sus instalaciones.

## **R. Venta de entradas**

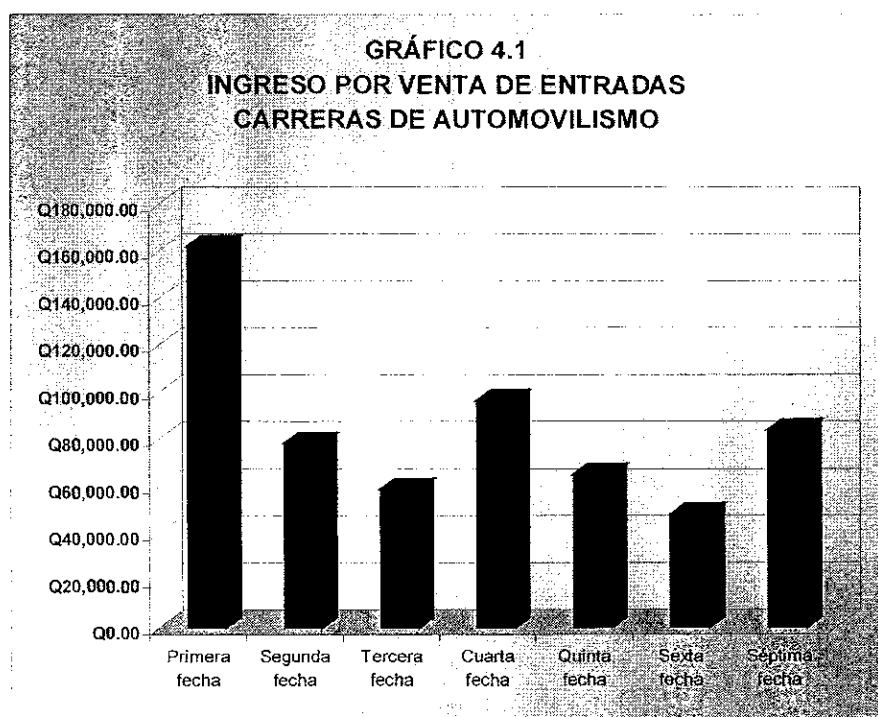
En las tablas 4.1 se muestran el número de entradas vendidas por evento y el ingreso representativo por las ventas. Estas ventas son de los eventos organizados directamente por Autódromo Los Volcanes, los cuales fueron siete carreras de automovilismo y dos de motociclismo.

**1. Carreras de automovilismo.** En la tabla 4.1 se muestran la cantidad de entradas vendidas y el ingreso generado por estas ventas.

Tabla 4.1: Número de entradas vendidas e ingreso por ventas

|               | General<br>Adultos<br>(Q40) | General<br>Niños<br>(Q10) | Paddock<br>Adultos<br>(Q80) | Paddock<br>Niños<br>(Q20) | INGRESO<br>TOTAL |
|---------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|------------------|
| Primera fecha | 2676                        | 361                       | 600                         | 167                       | Q161,990.00      |
| Segunda fecha | 769                         | 96                        | 555                         | 101                       | Q78,140.00       |
| Tercera fecha | 777                         | 126                       | 316                         | 60                        | Q58,820.00       |
| Cuarta fecha  | 898                         | 134                       | 689                         | 200                       | Q96,380.00       |
| Quinta fecha  | 497                         | 86                        | 499                         | 216                       | Q64,980.00       |
| Sexta fecha   | 175                         | 36                        | 474                         | 142                       | Q48,120.00       |
| Séptima fecha | 492                         | --                        | 801                         | --                        | Q83,760.00       |

Nota : No hay ingresos por parte de las entradas de niños en la séptima fecha ya que su entrada fue gratuita.



El gran número de entradas vendidas en la primera fecha se puede concluir que es resultado por ser la primera carrera del primer campeonato realizado en Autódromo Los Volcanes, creando gran entusiasmo por el público.

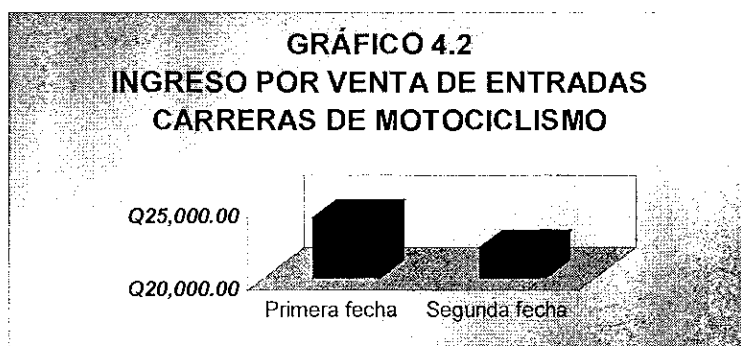
El incremento en la cuarta fecha fue resultado de la exhibición del automóvil de Fórmula I del equipo Ferrari, el cual fue conducido durante la temporada del 2002 por el piloto internacional Michael Schumacher.

Se deduce que el aumento en la última fecha resultó por ser el cierre de campeonato, y se definían los campeones del Primer Campeonato Nacional de Automovilismo en una carrera donde el liderato estaba en juego.

**2. Carreras de motociclismo.** En la siguiente tabla se muestran la cantidad de entradas vendidas y el ingreso generado por estas ventas.

**Tabla 4.2: Número de entradas vendidas e ingreso por ventas**

|                      | General<br>Adultos<br>(Q40) | General<br>Niños<br>(Q10) | Paddock<br>Adultos<br>(Q80) | Paddock<br>Niños<br>(Q20) | INGRESO<br>TOTAL |
|----------------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|------------------|
| Carrera 18 de mayo   | 46                          | 25                        | 212                         | 253                       | Q24,110.00       |
| Carrera 31 de agosto | 214                         | 35                        | 152                         | 48                        | Q22,030.00       |



## J. Asistencia de público: carreras de automovilismo

En la siguiente tabla se muestran la cantidad de personas que asistieron a cada evento, considerando a los que entraron ya sea con entrada pagada o con entrada de cortesía.

**Tabla 4.3: Asistencia de personas por eventos**

| CARRERA       | Número de personas |
|---------------|--------------------|
| Primera fecha | 4366               |
| Segunda fecha | 2301               |
| Tercera fecha | 1783               |
| Cuarta fecha  | 2842               |
| Quinta fecha  | 2220               |
| Sexta fecha   | 1536               |
| Séptima fecha | 2043               |

## **K. Utilidad generada por evento**

Los egresos de cada evento se dividen en: publicidad, gastos de operación, organización y montaje del evento, servicio de atención médica, seguridad, promociones y varios.

Los gastos de publicidad incluyen: volantes, la producción de los anuncios, los costos de la empresa de publicidad y la realización de la conferencia de prensa. Esto representa aproximadamente un 30% de los egresos totales.

Los gastos de operación incluyen: limpieza y mantenimiento, jardineros, jornaleros, gastos para infraestructura y gastos administrativos. Es aproximadamente un 15% de los egresos totales.

Los gastos de organización y montaje incluyen: sueldos de directores y jueces del evento, contratación de empresa encargada del control de la venta de entradas, contratación de empresa encargada de taquillas y parqueo, locución, impresión de entradas y gafetes y camión de apoyo. Es aproximadamente un 35% de los egresos totales.

Los servicios de atención médica y seguridad representan aproximadamente un 15% de los egresos totales.

Gastos varios pueden incluir el pago a corredores extranjeros, conocido como partenzas, y cuartos de hotel para corredores internacionales, así como otros gastos no contemplados o relacionados directamente con los eventos. Estos representan aproximadamente un 5%, incluyendo las promociones.

Los ingresos de cada evento se dividen en: venta de entradas, inscripciones de pilotos, puntos de venta, ingreso por derecho a piso y patrocinios. Los ingresos por venta de entradas van representando aproximadamente un 50% de los ingresos totales.

Estos patrocinios que se presentan en la parte de ingresos son aquellos que se reciben por evento realizado, los cuales son una especie de apoyo por parte de los patrocinadores oficiales para cubrir algunos gastos. Estos patrocinios cubren los costos ya sea de la organización del evento, la realización de los trofeos, impresión de gafetes, volantes, etc.

La utilidad bruta generada por las carreras de automovilismo se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 4.4: Utilidad bruta generada por las carreras de automovilismo

|                      | <b>UTILIDAD BRUTA</b> |
|----------------------|-----------------------|
| <b>Primera fecha</b> | Q154,755.66           |
| <b>Segunda fecha</b> | Q121,641.73           |
| <b>Tercera fecha</b> | Q100,848.15           |
| <b>Cuarta fecha</b>  | Q53,501.44            |
| <b>Quinta fecha</b>  | Q30,026.39            |
| <b>Sexta fecha</b>   | Q15,846.16            |
| <b>Séptima fecha</b> | Q77,565.94            |

La utilidad bruta generada por las carreras de motociclismo se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 4.5: Utilidad bruta generada por las carreras de motociclismo

|                             | <b>UTILIDAD NETA</b> |
|-----------------------------|----------------------|
| <b>Carrera 18 de mayo</b>   | -Q7,464.00           |
| <b>Carrera 31 de agosto</b> | Q17,119.79           |

## **L. Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)**

### **1. Fortalezas**

- Es el único Autódromo en Guatemala.
- La sociedad que conforma Autódromo Los Volcanes está constituida por individuos que han sido parte de la cultura automovilística en Guatemala por más de 20 años y quienes trabajan en negocios relacionados con el mundo del automóvil.
- Autódromo Los Volcanes se presenta como un centro de entretenimiento y de diversión diferente y único en su tipo.

### **2. Oportunidades.**

- El lugar donde se encuentra está rodeado de paisajes muy característicos de Guatemala, lo que en un futuro podría servir como herramienta para atraer a turistas por su cercanía a la costa y Antigua Guatemala.

- El tamaño del terreno donde se sitúa Autódromo Los Volcanes permite que puedan realizarse expansiones y modificaciones, tanto como para eventos de automovilismo u de otra índole.
- Autódromo Los Volcanes tiene la capacidad para realizar diferentes tipos de eventos aparte de aquellos relacionados con la velocidad, como conciertos, exhibiciones, ferias, etc.
- Poder desarrollar una cultura automovilística en el pueblo guatemalteco.

### **3. Debilidades.**

- La distancia que existe entre la Ciudad de Guatemala y Autódromo Los Volcanes afecta la asistencia de mayor público así como la realización de eventos nocturnos.
- Falta de dinero y patrocinio, lo cual limita realizar los eventos con más frecuencia y mejorar las instalaciones.
- Limitada capacidad financiera.
- Poco apoyo por parte de las empresas del automovilismo, quienes a nivel mundial son los patrocinadores de mayor importancia en los eventos relacionados con la velocidad.
- Poco conocimiento de Autódromo Los Volcanes por el público en general.
- El calendario de competencias es muy corto.
- Falta de credibilidad por las empresas y por el público en general.

### **4. Amenazas.**

- Clima, especialmente la época de lluvia, lo cual afecta la asistencia del público.
- Situación económica que enfrenta Guatemala.

## **M. Mercado de Autódromo Los Volcanes**

Para la determinación del mercado meta de Autódromo Los Volcanes y para su análisis se realizaron dos encuestas, una en la cual se pretendía determinar el segmento de mercado al cual se dirigen; y el propósito de la segunda, al ya saber el mercado objetivo, era el de conocer un poco más acerca de los intereses del cliente, los canales de distribución que mejor se adecuan a ellos y determinar qué tanto saben de Autódromo Los Volcanes y sus eventos.

Para la determinación de la muestra para cada encuesta se utilizaron las siguientes fórmulas:

- Para poblaciones finitas (menor a 500,000 elementos)

$$n = Z^2 * N * p * q / [e^2(N-1) + Z^2 * p * q] \quad \text{donde}$$

$Z^2$  = nivel de confianza ( Se utilizó un valor de confianza de 1.96)

$N$  = Universo a investigar

$p$  = probabilidad a favor

$q$  = probabilidad en contra

$n$  = número de elementos a investigar

$e$  = error de estimación ( Se utilizó un error del 5%)

$p + q = 1$

- Para poblaciones infinitas (mayor a 500,000 elementos)

$$n = Z^2 * p * q / e^2 \quad \text{donde}$$

$Z^2$  = nivel de confianza ( Se utilizó un valor de confianza de 1.96)

$p$  = probabilidad a favor

$q$  = probabilidad en contra

$n$  = número de elementos a investigar

$e$  = error de estimación ( Se utilizó un error del 5%)

$p + q = 1$

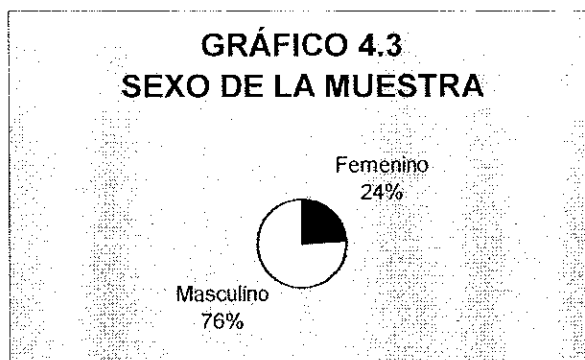
1. **Determinación del mercado objetivo.** Para la determinación del mercado meta al cual se dirige Autódromo Los Volcanes se realizó una encuesta a una muestra representativa del público durante uno de los eventos. Lo que se pretendía determinar con dicha encuesta era el segmento de mercado que asiste a Autódromo Los Volcanes, basándonos en sexo, edad, zona en la que vive y comportamiento de adquisición. Esto nos permitió obtener un perfil de nuestro consumidor típico. En esa misma encuesta se obtuvo información acerca de la percepción del cliente sobre Autódromo Los Volcanes, su opinión acerca de las instalaciones y servicios que se ofrecen, así como de los eventos que se realizan o les gustaría que se realizaran aparte de los que ya se llevan a cabo. (Ver Apéndice B)
  - a. **Resultados de encuesta: determinación de mercado meta.** A continuación se muestran los resultados obtenidos en la encuesta, la cual se pasó el 21 de septiembre, durante la 6ta fecha del

Campeonato Nacional de Automovilismo y Copa Yaris-Havoline, en las instalaciones de Autódromo Los Volcanes, y se realizó a 252 personas.

PREGUNTA 1: SEXO

Tabla 4.6: Sexo

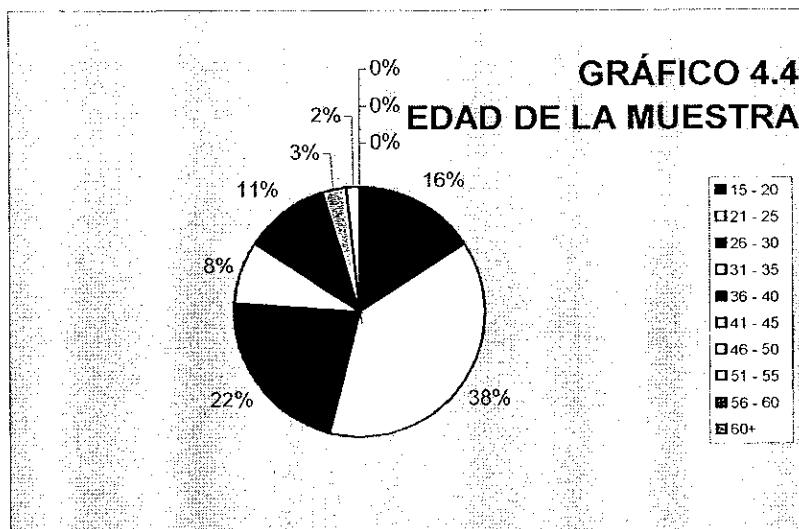
| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Femenino  | 60       | 24%        |
| Masculino | 192      | 76%        |
| TOTAL     | 252      | 100%       |



PREGUNTA 2: EDAD

Tabla 4.7: Edad

| RESPUESTA    | Personas | Porcentaje |
|--------------|----------|------------|
| 15 – 20 años | 40       | 16%        |
| 21 – 25 años | 96       | 38%        |
| 26 – 30 años | 56       | 22%        |
| 31 – 35 años | 20       | 11%        |
| 36 – 40 años | 28       | 8%         |
| 41 – 45 años | 8        | 3%         |
| 46 – 50 años | 4        | 2%         |
| 51 – 55 años | 0        | 0%         |
| 56 – 60 años | 0        | 0%         |
| 60+          | 0        | 0%         |
| TOTAL        | 252      | 100%       |



PREGUNTA 3: ¿EN QUÉ ZONA VIVE?

Tabla 4.8: Zona en la que viven

| RESPUESTA             | Personas | Porcentaje |
|-----------------------|----------|------------|
| 1                     | 0        | 0%         |
| 2                     | 8        | 3%         |
| 3                     | 12       | 5%         |
| 4                     | 0        | 0%         |
| 5                     | 0        | 0%         |
| 6                     | 8        | 3%         |
| 7                     | 16       | 6%         |
| 8                     | 12       | 5%         |
| 9                     | 4        | 2%         |
| 10                    | 24       | 10%        |
| 11                    | 28       | 11%        |
| 12                    | 16       | 6%         |
| 13                    | 16       | 6%         |
| 14                    | 12       | 5%         |
| 15                    | 20       | 8%         |
| 16                    | 24       | 10%        |
| 17                    | 4        | 2%         |
| 18                    | 12       | 5%         |
| Carretera El Salvador | 20       | 8%         |
| Amatitlán             | 8        | 3%         |
| Escuintla             | 8        | 3%         |
| TOTAL                 | 252      | 100%       |

Gráfico 4.5: Zona en la que viven

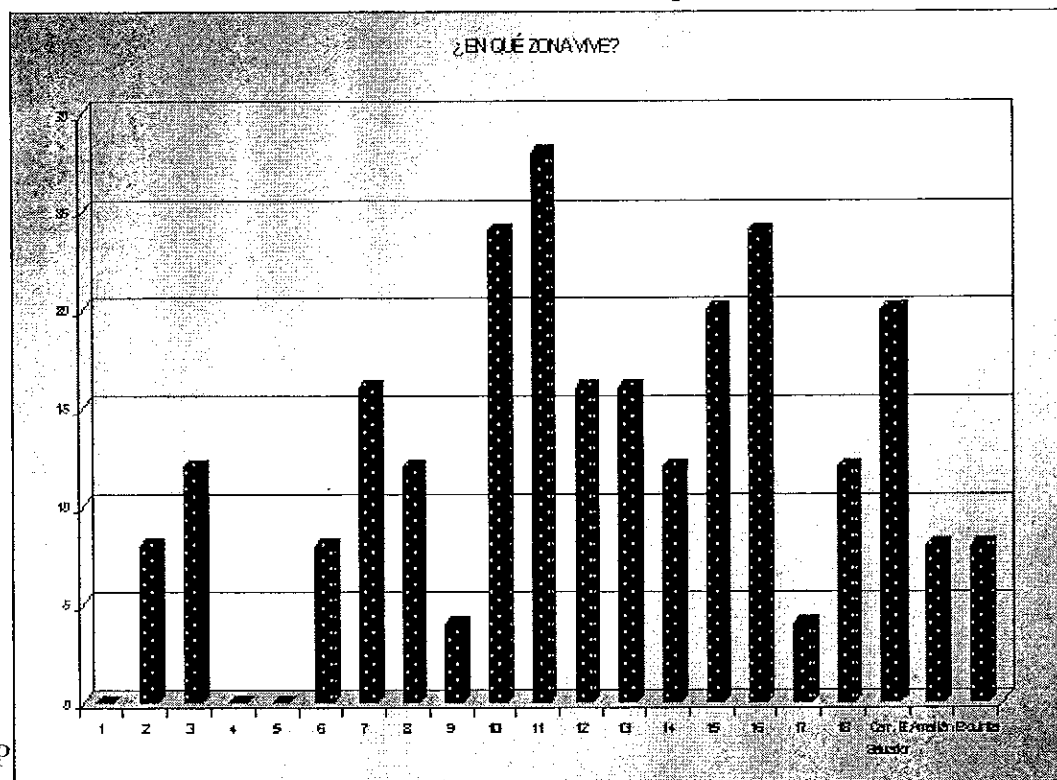
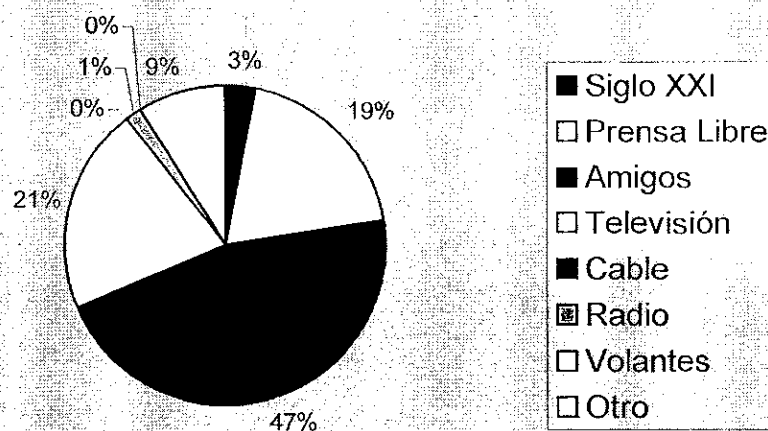


Tabla 4.9: Medio por el cual se enteraron del evento

| RESPUESTA    | Personas | Porcentaje |
|--------------|----------|------------|
| Siglo XXI    | 8        | 3%         |
| Prensa Libre | 52       | 19%        |
| Amigos       | 124      | 46%        |
| Televisión   | 56       | 21%        |
| Cable        | 0        | 0%         |
| Radio        | 4        | 1%         |
| Volantes     | 0        | 0%         |
| Otro         | 24       | 9%         |
| TOTAL        | 268      | 100%       |

*16 personas seleccionaron más de una opción*

**GRÁFICO 4.6**  
**PORCENTAJE DEL MEDIO POR EL CUAL**  
**LAS PERSONAS SE ENTERARON DEL**  
**EVENTO**



PREGUNTA 5: ¿CUÁNTAS VECES HA ASISTIDO A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

**Tabla 4.10: Número de veces que han asistido a Autódromo Los Volcanes**

| RESPUESTA   | Personas | Porcentaje |
|-------------|----------|------------|
| Primera vez | 76       | 30%        |
| 2 - 3       | 84       | 33%        |
| 4 - 5       | 40       | 16%        |
| 6+          | 52       | 21%        |
| TOTAL       | 252      | 100%       |

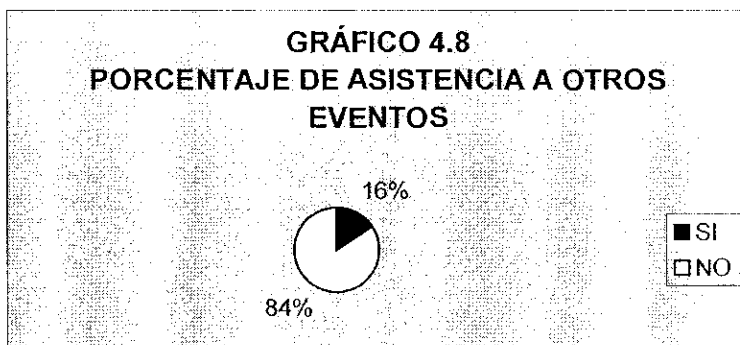
**GRÁFICO 4.7**  
**NÚMERO DE VECES QUE HA ASISTIDO**  
**AUTÓDROMO LOS VOLCANES**



PREGUNTA 6. ¿HA ASISTIDO A OTRO EVENTO EN AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

Tabla 4.11: Número de personas que han asistido a otros eventos de Autódromo Los Volcanes

| RESPUESTA | Personas | Pocentaje |
|-----------|----------|-----------|
| Si        | 40       | 16%       |
| No        | 212      | 84%       |
| TOTAL     | 252      | 100%      |

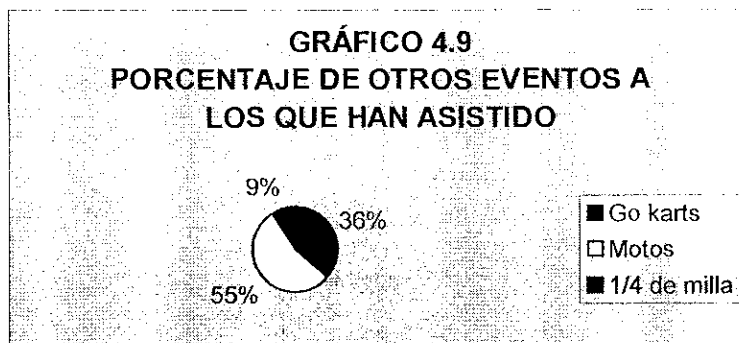


SI LA RESPUESTA FUE AFIRMATIVA ¿A QUÉ OTRO EVENTO HA ASISTIDO?

Tabla 4.12: Otros eventos a los que han asistido

| RESPUESTA              | Personas | Porcentaje |
|------------------------|----------|------------|
| Carreras de Go-karts   | 16       | 36%        |
| Carreras de Motos      | 24       | 55%        |
| Carreras de ¼ de milla | 2        | 9%         |
| TOTAL                  | 42       | 100%       |

Nota: 4 personas respondieron más de una opción

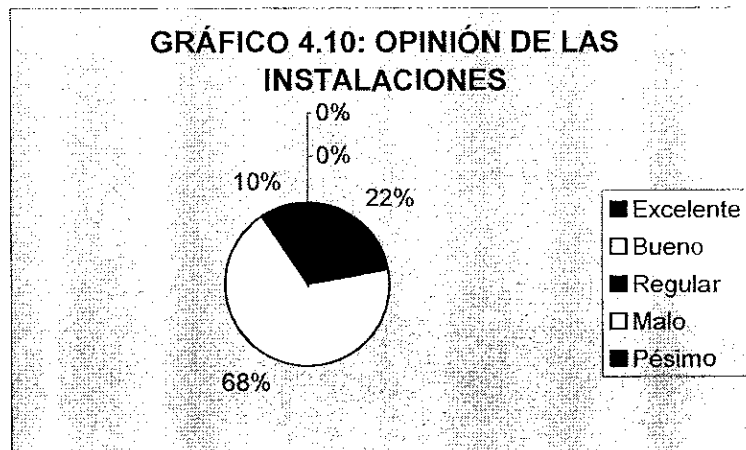


PREGUNTA 7: ¿CUÁL ES SU OPINIÓN SOBRE LAS INSTALACIONES Y SERVICIOS DE AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

Instalaciones

**Tabla 4.13: Opinión de las instalaciones**

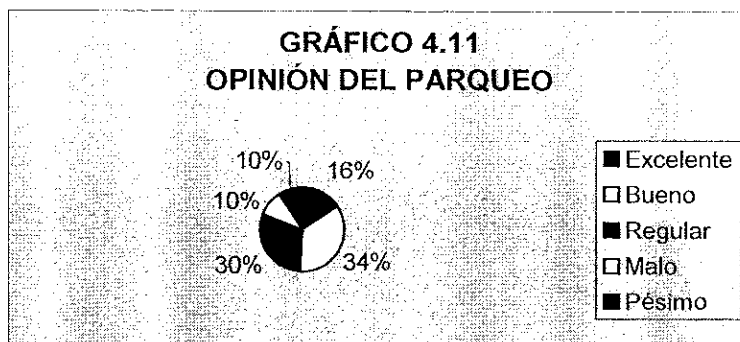
| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Excelente | 56       | 22%        |
| Bueno     | 172      | 68%        |
| Regular   | 24       | 10%        |
| Malo      | 0        | 0%         |
| Pésimo    | 0        | 0%         |
| TOTAL     | 252      | 100%       |



Parqueo

**Tabla 4.14: Opinión del parqueo**

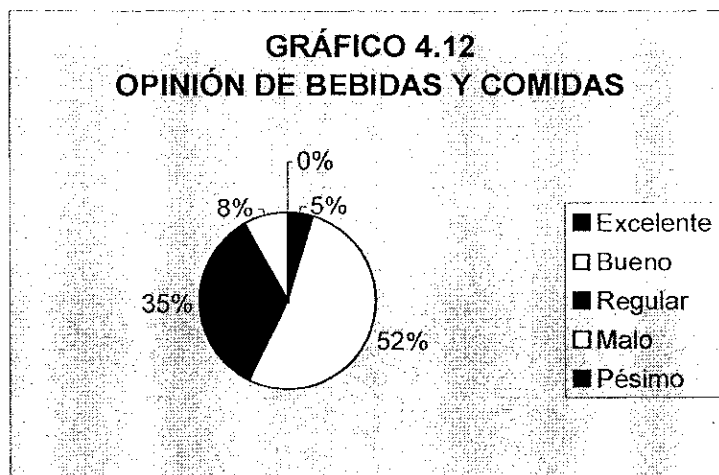
| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Excelente | 40       | 16%        |
| Bueno     | 88       | 35%        |
| Regular   | 76       | 30%        |
| Malo      | 24       | 10%        |
| Pésimo    | 24       | 10%        |
| TOTAL     | 252      | 100%       |



Comida y bebidas

**Tabla 4.15: Opinión de las bebidas y comida**

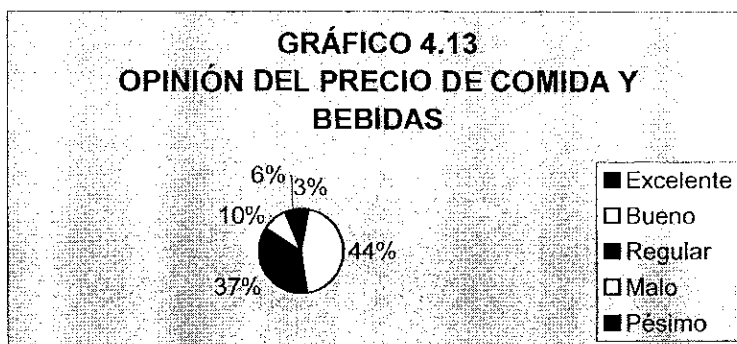
| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Excelente | 12       | 5%         |
| Bueno     | 132      | 52%        |
| Regular   | 88       | 35%        |
| Malo      | 20       | 8%         |
| Pésimo    | 0        | 0%         |
| TOTAL     | 252      | 100%       |



## Precio de comida y bebidas

Tabla 4.16: Opinión del precio de bebidas y comida

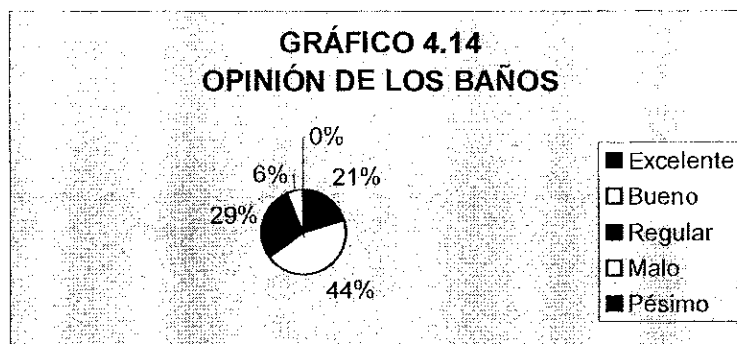
| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Excelente | 8        | 3%         |
| Bueno     | 112      | 44%        |
| Regular   | 92       | 37%        |
| Malo      | 24       | 10%        |
| Pésimo    | 16       | 6%         |
| TOTAL     | 252      | 100%       |



## Baños

Tabla 4.17: Opinión de los baños

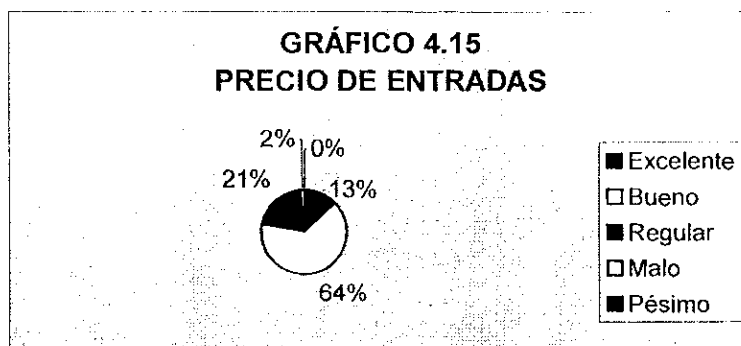
| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Excelente | 52       | 21%        |
| Bueno     | 112      | 44%        |
| Regular   | 72       | 29%        |
| Malo      | 16       | 6%         |
| Pésimo    | 0        | 0%         |
| TOTAL     | 252      | 100%       |



## Precio de entradas

Tabla 4.18: Opinión del precio de las entradas

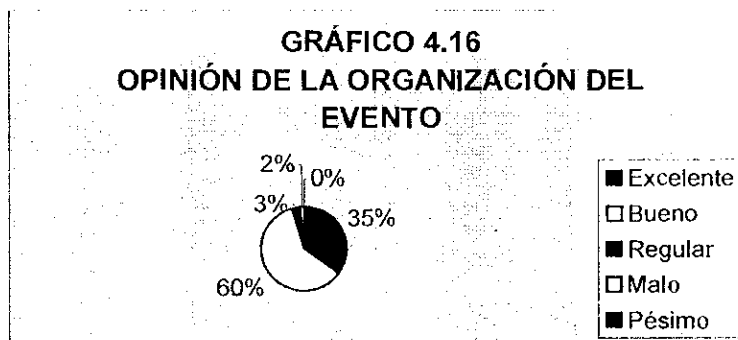
| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Excelente | 32       | 13%        |
| Bueno     | 164      | 65%        |
| Regular   | 52       | 21%        |
| Malo      | 4        | 2%         |
| Pésimo    | 0        | 0%         |
| TOTAL     | 252      | 100%       |



## Organización del evento

Tabla 4.19: Opinión de la organización del evento

| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Excelente | 88       | 35%        |
| Bueno     | 152      | 60%        |
| Regular   | 8        | 3%         |
| Malo      | 4        | 2%         |
| Pésimo    | 0        | 0%         |
| TOTAL     | 252      | 100%       |



Promoción del evento

**Tabla 4.20: Opinión de la promoción del evento**

| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Excelente | 36       | 14%        |
| Bueno     | 116      | 46%        |
| Regular   | 88       | 35%        |
| Malo      | 12       | 5%         |
| Pésimo    | 0        | 0%         |
| TOTAL     | 252      | 100%       |



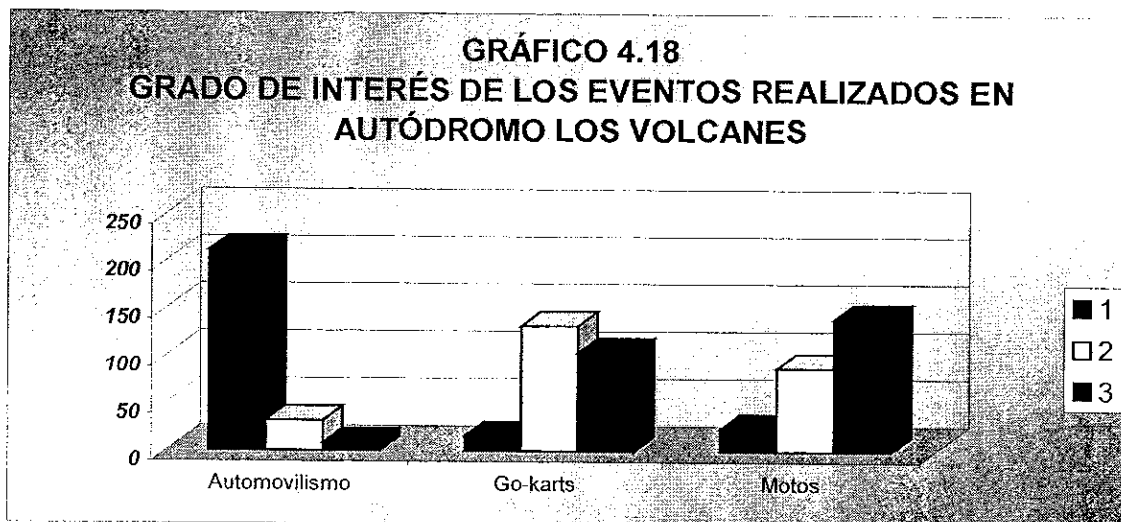
PREGUNTA 8: INDIQUE EL GRADO DE INTERÉS QUE USTED LE ASIGNA A CADA EVENTO, DE 1 a 3, SIENDO 1 EL DE MAYOR INTERÉS Y 3 EL DE MENOS INTERÉS.

**Tabla 4.21: Grado de interés de las personas por las diferentes modalidades del deporte de la velocidad**

|         | Automovilismo | Go-karts | Motociclismo |
|---------|---------------|----------|--------------|
| Grado 1 | 212           | 16       | 24           |
| Grado 2 | 32            | 132      | 88           |
| Grado 3 | 8             | 104      | 140          |

**Tabla 4.22: Porcentaje del grado de interés de las personas por las diferentes modalidades del deporte de la velocidad**

|         | Automovilismo | Go-karts | Motociclismo |
|---------|---------------|----------|--------------|
| Grado 1 | 84%           | 6%       | 10%          |
| Grado 2 | 13%           | 52%      | 35%          |
| Grado 3 | 3%            | 41%      | 56%          |



#### PREGUNTA 9: COMENTARIOS O SUGERENCIAS

Respuestas:

- “Debería haber mayor equipo de seguridad”
- “Deberían haber pantallas que permitan ver la carrera y que muestren las estadísticas”
- “Deberían posicionar mejor las vallas de publicidad ya que no permiten una buena visibilidad”
- “Deberían hacer mayor promoción”
- “Deberían bajar precios; bebidas y comida muy caro”
- “Deberían proporcionar mayor comodidad (sombra, butacas, etc.)”
- “Deberían realizar promociones durante el evento (premios, promociones con gorras, t-shirts, lapiceros, tapones de oídos, etc.)”
- “Deberían diferenciar más la parte de Paddock y General, ya que por la diferencia de precio ofrecen lo mismo”
- “Vender productos publicitarios y relacionados con el deporte de la velocidad”
- “Deberían proporcionar más variedad de comida en área de general”
- “Deberían cambiar el orden de las carreras”
- “Deberían realizar los eventos los sábados”
- “Deberían tener restaurantes con vista al circuito”
- “Deberían traer corredores internacionales”

PREGUNTA 10: ¿QUÉ OTROS EVENTOS LE GUSTARÍA QUE SE REALIZARAN EN AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

Respuestas:

- Carreras nocturnas
- Cuarto de milla
- Carreras de go-karts
- Competencias de una sola marca de vehículos
- Bike racing
- Campeonatos internacionales
- Carreras de aficionados con carros particulares
- Carreras de aceleración
- Carreras contra reloj
- Carreras de 24 horas
- Impartir clases de pilotaje de competencia

**b. Análisis de los Resultados: encuesta de determinación de mercado meta.** Según los resultados podemos darnos cuenta que el mercado objetivo de Autódromo Los Volcanes son las personas entre las edades de 16 y 45 años, en su mayoría del sexo masculino, ya que son los que muestran mayor interés por los eventos que se realizan, pero también con la asistencia del sexo femenino. Son personas aficionadas al automovilismo, o personas que buscan nuevas formas de entretenimiento familiar o con grupos de amigos.

Un 67% de las personas encuestadas ha asistido a los eventos de Autódromo Los Volcanes más de una vez, y un 37% asistía por primera vez, lo cual indica que ya se tiene un mercado fijo, y que al mismo tiempo está atrayendo un alto porcentaje de clientes nuevos y potenciales a asistir una siguiente vez.

El medio por el cual la mayoría de las personas se entera acerca de los eventos que se realizan en Autódromo Los Volcanes son los amigos, es decir, a lo que se le llama publicidad de boca en boca, seguido por los anuncios en televisión y en el periódico conocido como Prensa Libre. Esto indica que las grandes inversiones que se están realizando para la producción de los anuncios, ya sea por periódico, televisión, radio o volantes, no están ocasionando un mayor impacto en el público.

La mayoría de las personas solamente han asistido a los eventos de Automovilismo, lo cual es resultado del propio interés del consumidor, el cual es mucho mayor que el que se tiene por go-karts y

motociclismo. Esto puede ser también por el mayor enfoque, así como mayor publicidad y promoción, que se le ha dado a los eventos de automovilismo.

También se pidió la opinión general que tienen acerca de las instalaciones y de los servicios que se ofrecen, acerca del parqueo, comida y bebidas, precios, baños, instalaciones, organización y promoción, y la mayoría tienen una percepción buena de lo que se les ofrece. Pero existen muchas inconformidades en lo referente al parqueo, ya que el área es un terreno con muchas zanjas lo cual ocasiona problemas para la mayoría de carros, y el precio de comidas y bebidas, así como la variedad de lo que se ofrece de éstos, fue otro factor que obtuvo muchos reclamos. Estos resultados indican que hay que mejorar en todas las áreas para hacer que el cliente se sienta satisfecho, y así lograr que la percepción del público acerca de Autódromo Los Volcanes sea excelente, no solamente buena.

Los resultados de esta encuesta permitieron conocer al mercado objetivo, así como las opiniones y los intereses de éste, lo cual permite saber a quiénes son los que tenemos que venderle y cuál es la mejor manera de hacerlo, así como qué estrategias se deben considerar para mantener al público que ya se tiene y atraer a uno nuevo.

**2. Análisis del mercado objetivo.** Al ya tener establecido el mercado objetivo, se realizó otra encuesta de la cual se obtuvo un porcentaje representativo de las personas que han asistido a los eventos que se han realizado en Autódromo Los Volcanes, así como los que no han asistido. El propósito principal era saber qué tanto las personas conocen acerca de Autódromo Los Volcanes.

La encuesta se dividió en dos partes, parte A y parte B. La parte A sólo fue respondida por las personas que si habían asistido a Autódromo Los Volcanes, y la parte B por los que no lo habían hecho. (ver apéndice C)

De las personas que ya conocían Autódromo Los Volcanes, se quería obtener información acerca de la frecuencia con la que han asistido, el medio por el cual se han enterado, el grado de interés por los eventos que se realizan, así como comentarios y sugerencias en general, y saber si pensaban asistir de nuevo a Autódromo Los Volcanes y por qué.

De las personas que no conocían se pretendía conocer las razones por las cuales no han asistido, así como los intereses por los eventos que se realizan y establecer qué canales de distribución son los más adecuados para hacerlos saber acerca de los diferentes eventos y del Autódromo en sí.

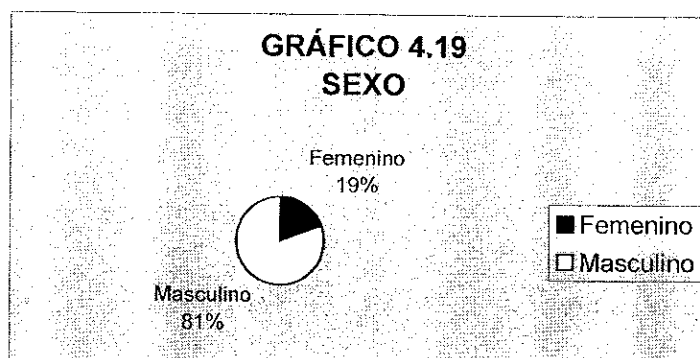
La encuesta se realizó tanto a hombres como a mujeres, pero con un mayor enfoque en el sexo masculino, debido a que según los resultados de la encuesta que se realizó para determinar el mercado objetivo los hombres son los que más asisten a este tipo de eventos; así como también se enfocó en realizar la encuesta a personas con edades comprendidas entre los 18 y 45 años. Esta encuesta se pasó por escrito así como por medio de internet en el área urbana de Guatemala, a universitarios y profesionales de diferentes ramas, y de niveles socioeconómicos altos y medios.

- a. **Resultados encuesta: análisis de mercado objetivo.** A continuación se muestran los resultados obtenidos en la encuesta, la cual se pasó del 15 al 23 de octubre del 2003 y se realizó a 320 personas.

PREGUNTA 1: SEXO

Tabla 4.23: Sexo

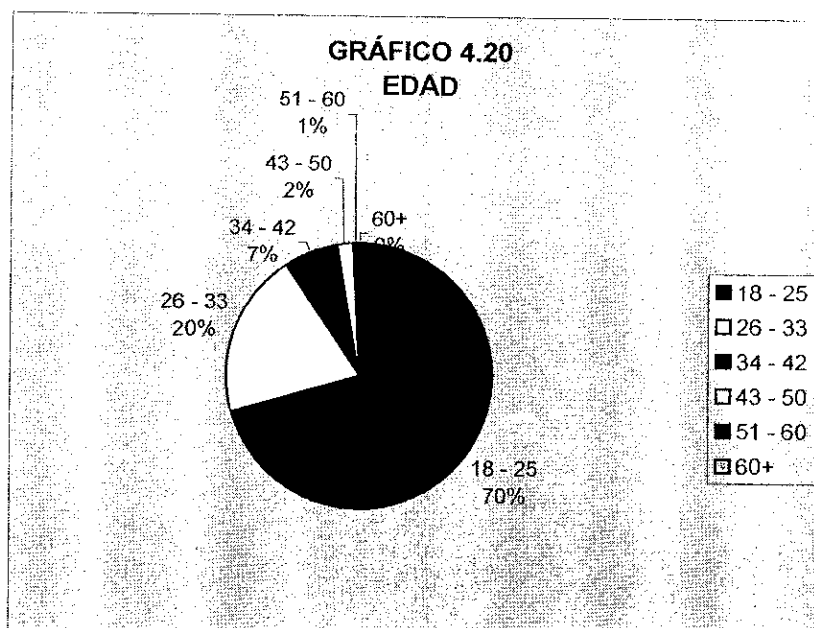
| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Femenino  | 62       | 19%        |
| Masculino | 258      | 81%        |
| TOTAL     | 320      | 100%       |



PREGUNTA 2: EDAD

Tabla 4.24: Edad

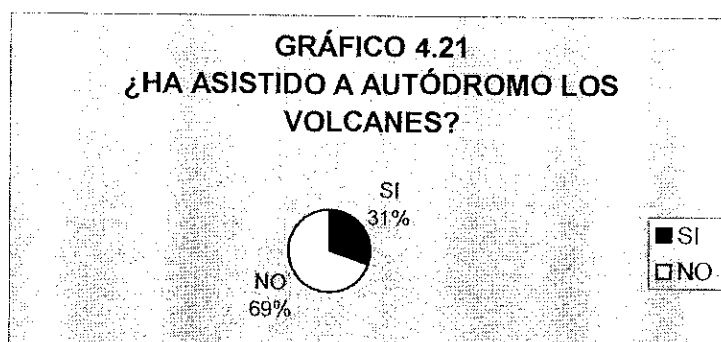
| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| 18 – 25   | 226      | 71%        |
| 26 – 33   | 64       | 20%        |
| 34 – 42   | 21       | 7%         |
| 43 – 50   | 6        | 2%         |
| 51 – 60   | 3        | 1%         |
| 60+       | 0        | 0%         |
| TOTAL     | 320      | 100%       |



PREGUNTA 3: ¿HA ASISTIDO A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

**Tabla 4.25: Ha asistido a Autódromo Los Volcanes**

| RESPUESTAS | Personas | Porcentaje |
|------------|----------|------------|
| SI         | 98       | 31%        |
| NO         | 222      | 69%        |
| TOTAL      | 320      | 100%       |

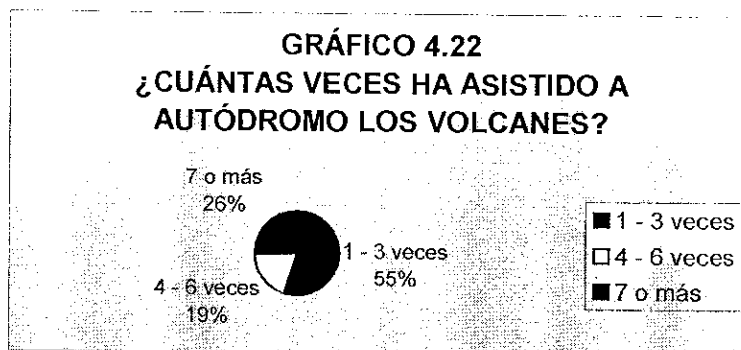


RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS DE LA PARTE A

PREGUNTA 4: ¿CUÁNTAS VECES HA ASISTIDO A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

Tabla 4.26: Número de veces que han asistido a Autódromo Los Volcanes

| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| 1 - 3     | 54       | 55%        |
| 4 - 6     | 19       | 19%        |
| 7+        | 25       | 26%        |
| TOTAL     | 98       | 100%       |



PREGUNTA 5: ¿A QUÉ EVENTO HA ASISTIDO?

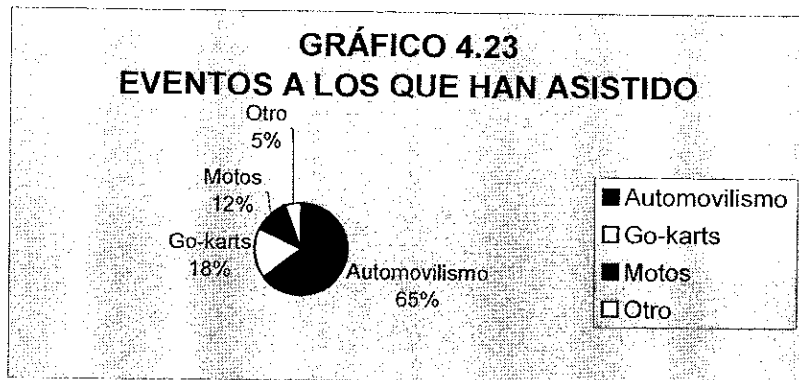
Tabla 4.27: Eventos a los que han asistido

| RESPUESTAS                | Personas | Porcentaje |
|---------------------------|----------|------------|
| Carreras de automovilismo | 95       | 65%        |
| Carreras de Go-karts      | 26       | 18%        |
| Carreras de Motos         | 18       | 12%        |
| Otro                      | 8        | 5%         |
| TOTAL                     | 122      | 100%       |

**Otro:**

- Aceleración
- Cursos de manejo

*24 personas respondieron más de una opción*

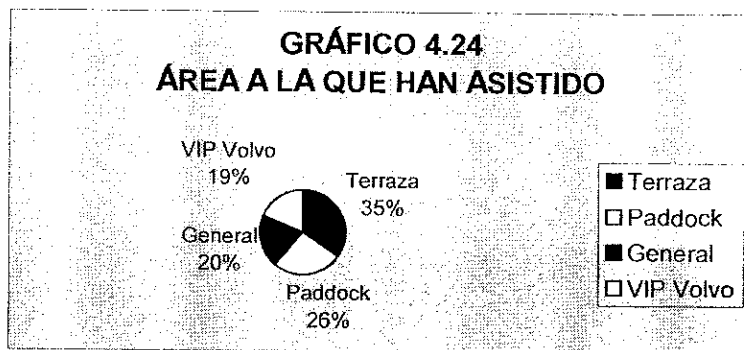


PREGUNTA 6: ¿A QUÉ ÁREA HA ASISTIDO?

Tabla 4.28: Área a la que han asistido

| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Terraza   | 50       | 35%        |
| Paddock   | 38       | 26%        |
| General   | 29       | 20%        |
| VIP Volvo | 27       | 19%        |
| TOTAL     | 121      | 100%       |

*23 personas respondieron más de una opción*



PREGUNTA 7: ¿POR QUÉ MEDIOS SE HA ENTERADO DE LOS EVENTOS?

Tabla 4.29: Medios por los que se han enterado de los eventos

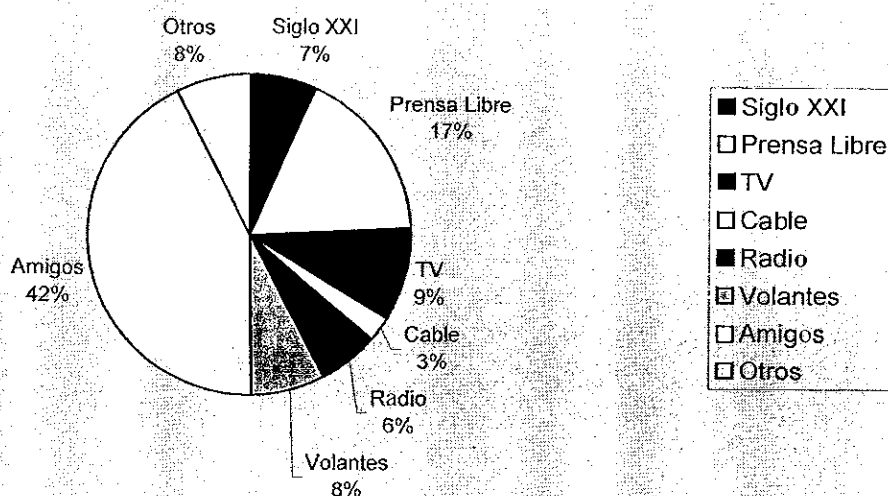
| RESPUESTA    | Personas | Porcentaje |
|--------------|----------|------------|
| Siglo XXI    | 13       | 7%         |
| Prensa Libre | 35       | 18%        |
| Televisión   | 19       | 10%        |
| Cable        | 5        | 3%         |
| Radio        | 12       | 6%         |
| Volantes     | 15       | 8%         |
| Amigos       | 85       | 43%        |
| Otro         | 15       | 8%         |
| TOTAL        | 133      | 100%       |

**Otro**

- Agencia Volvo
- Gasolineras
- Patrocinadores
- Página de internet

*35 personas respondieron más de una opción*

**GRÁFICO 4.25**  
**MEDIOS POR LOS QUE SE HAN ENTERADO DEL**  
**EVENTO**



PREGUNTA 8: ¿QUÉ LO MOTIVA A ASISTIR A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

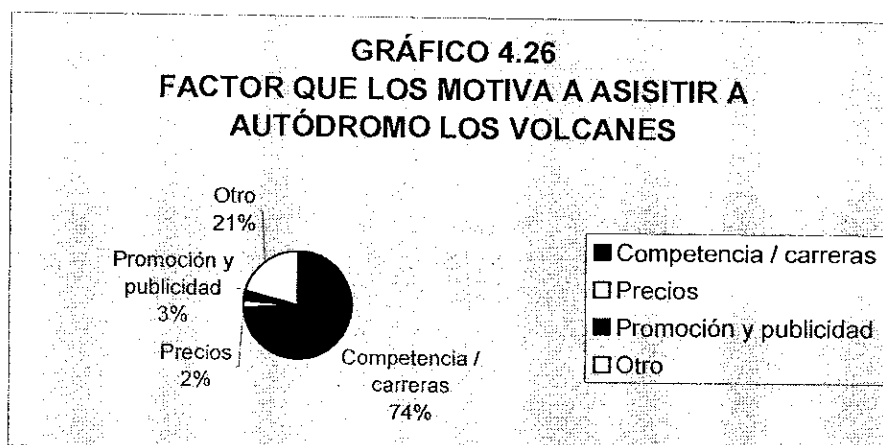
Tabla 4.30: Factor que los motiva a asistir a Autódromo Los Volcanes

| RESPUESTA              | Personas | Porcentaje |
|------------------------|----------|------------|
| Competencia / carreras | 78       | 74%        |
| Promoción / publicidad | 2        | 2%         |
| Precios                | 3        | 3%         |
| Otro                   | 22       | 21%        |
| TOTAL                  | 105      | 100%       |

**Otro:**

- Diversión y entretenimiento
- Compartir con amigos
- Apoyar a amigos que compiten
- Distracción
- Algo diferente que hacer

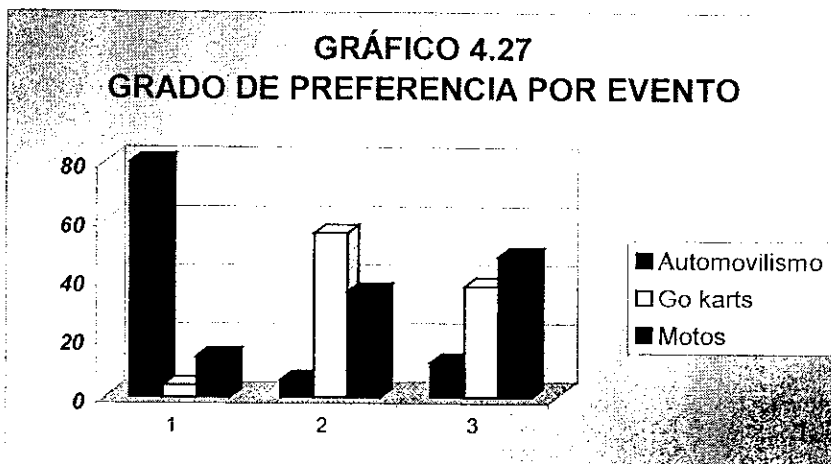
*7 personas respondieron más de una opción*



PREGUNTA 9: SEGÚN EL GRADO DE PREFERENCIA, ASIGNARLE UN VALOR A CADA EVENTO, DE 1 a 3, SIENDO 1 EL DE MAYOR PREFERENCIA Y 3 EL DE MENOR PREFERENCIA. NO REPETIR LOS VALORES.

**Tabla 4.31: Grado de preferencia de las personas por las diferentes modalidades del deporte de la velocidad**

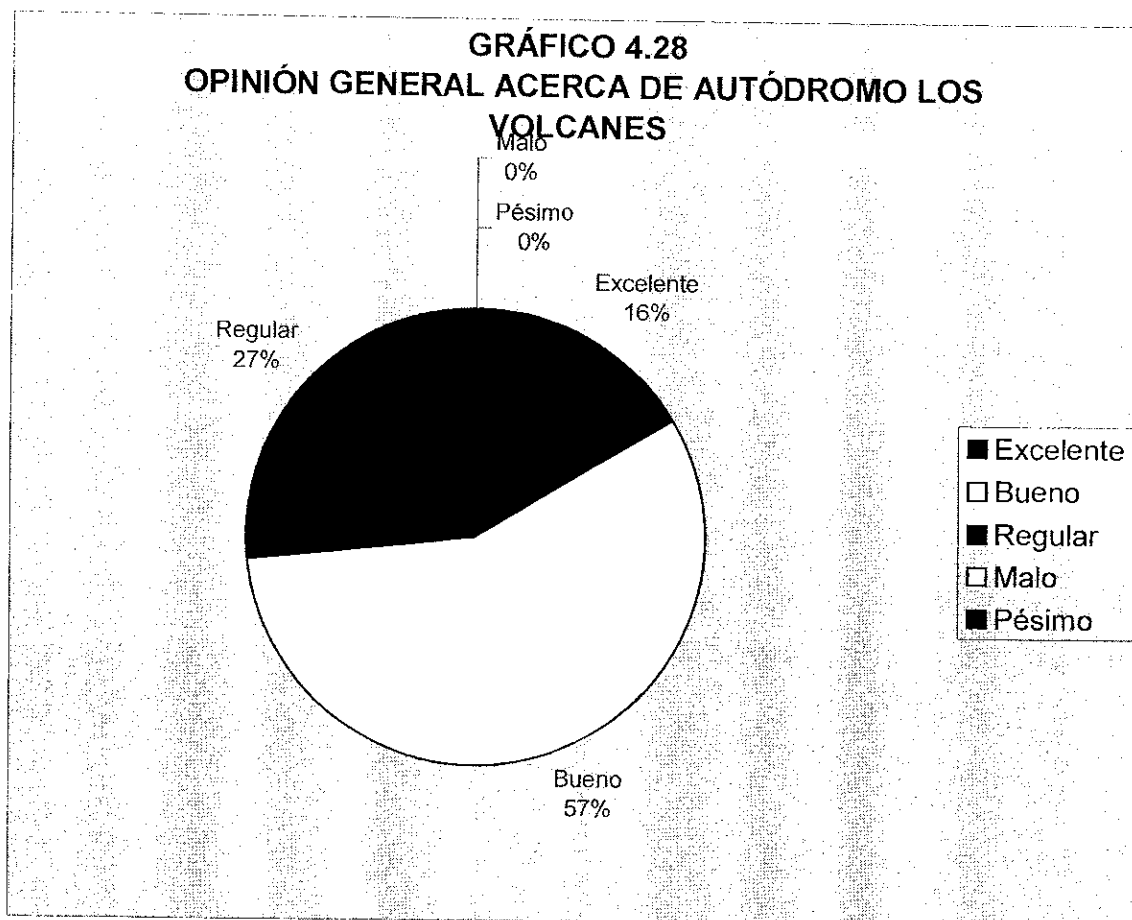
|               | 1  | %    | 2  | %    | 3  | %    |
|---------------|----|------|----|------|----|------|
| Automovilismo | 80 | 82%  | 6  | 6%   | 12 | 12%  |
| Go-karts      | 4  | 4%   | 56 | 57%  | 38 | 39%  |
| Motos         | 14 | 14%  | 36 | 37%  | 48 | 49%  |
| TOTAL         | 98 | 100% | 98 | 100% | 98 | 100% |



PREGUNTA 10: ¿CUÁL ES SU OPINIÓN GENERAL ACERCA DE AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

**Tabla 4.32: Opinión general acerca de Autódromo Los Volcanes**

| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| Excelente | 16       | 16%        |
| Bueno     | 56       | 57%        |
| Regular   | 26       | 27%        |
| Malo      | 0        | 0%         |
| Pésimo    | 0        | 0%         |
| TOTAL     | 98       | 100%       |



PREGUNTA 11: ¿QUÉ OTRO EVENTO LE GUSTARÍA QUE SE LLEVARA A CABO EN AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

Respuestas:

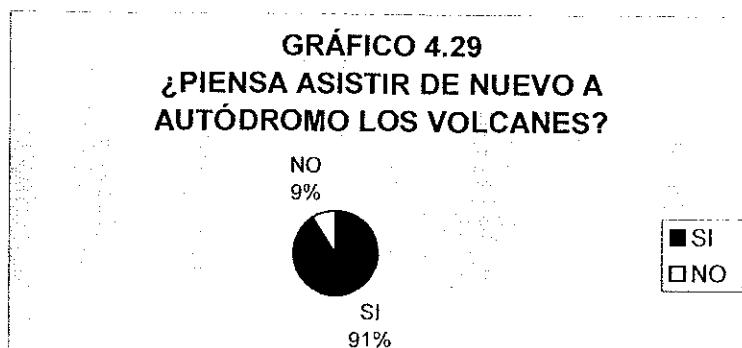
- Cursos de automovilismo o de conducción extrema
- Carreras de aceleración
- Cuarto de milla
- Carreras nocturnas
- Habilitar pista para carreras de motocross
- Fórmula 3
- Escuela de manejo para pilotos
- Carreras de aviones a control remoto
- Exhibiciones profesionales, de autos exóticos, etc.
- Clínicas de manejo de autos de carrera y go-karts.

- Carreras internacionales con diferentes autos y pilotos.
- Rally
- Competencias de autos tipo Yaris, pero con otras marcas de automóviles
- Carreras de minimoto.
- Carreras con entretenimiento entre categorías
- Conciertos

PREGUNTA 12: ¿PIENSA ASISTIR DE NUEVO A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

**Tabla 4.33: Piensa asistir de nuevo a Autódromo Los Volcanes**

| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| SI        | 89       | 91%        |
| NO        | 9        | 9%         |
| TOTAL     | 98       | 100%       |



**¿Por qué?**

**Las diferentes respuestas que se dieron fueron:**

*Razón para respuestas afirmativas*

- Algo interesante y diferente para hacer.
- Afición por las carreras y las competencias.
- Es emocionante y entretenido.
- Por diversión.
- Para apoyar a amigos o familiares.
- Les gusta el deporte, es una sana diversión y un buen espectáculo.

*Razón para respuestas negativas*

- Mala organización
- Muy lejos

RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS DE LA PARTE B

PREGUNTA 13: ¿POR QUÉ RAZÓN NO HA ASISTIDO A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

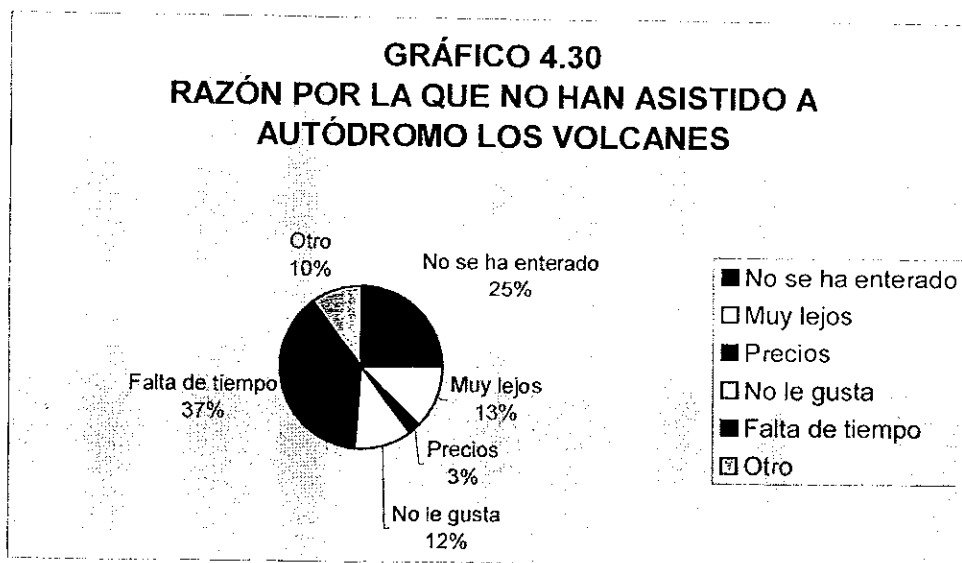
**Tabla 4.34: Razón por la que no han asistido a Autódromo Los Volcanes**

| RESPUESTA                                     | Personas | Porcentaje |
|-----------------------------------------------|----------|------------|
| No se ha enterado                             | 59       | 25%        |
| Muy lejos                                     | 30       | 13%        |
| Precios                                       | 6        | 3%         |
| No le gustan los eventos que se llevan a cabo | 28       | 12%        |
| Falta de tiempo                               | 92       | 38%        |
| Otro                                          | 25       | 10%        |
| TOTAL                                         | 240      | 100%       |

**Otro:**

- Falta de planificación
- No han tenido la oportunidad
- No hay tantas fechas de competencias
- No han sido invitados
- No ha habido eventos que realmente motive la asistencia
- Falta de publicidad de los eventos

*18 personas respondieron más de una opción*

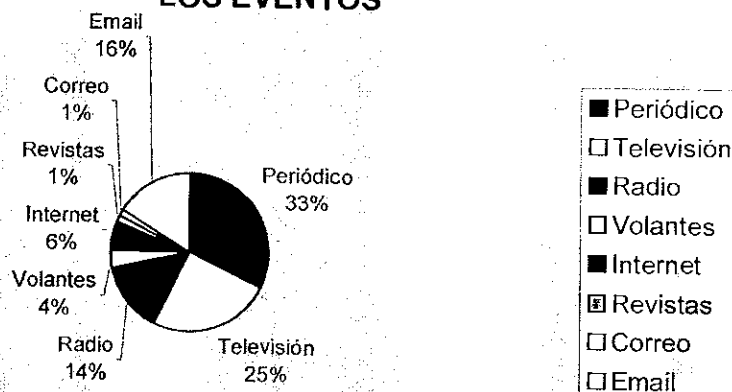


PREGUNTA 14: ¿CUÁL ES EL MEJOR MEDIO PARA ENTERARLO ACERCA DE LOS EVENTOS QUE SE REALIZAN EN AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

**Tabla 4.35: Medio más adecuado para enterarlo de los eventos**

| RESPUESTA  | Personas | Porcentaje |
|------------|----------|------------|
| Periódico  | 130      | 32%        |
| Televisión | 102      | 25%        |
| Radio      | 58       | 14%        |
| Volantes   | 15       | 4%         |
| Internet   | 23       | 6%         |
| Revistas   | 6        | 1%         |
| Correo     | 6        | 1%         |
| E-mail     | 65       | 16%        |
| TOTAL      | 405      | 100%       |

**GRÁFICO 4.31**  
**MEDIO MÁS ADECUADO PARA ENTERARLO DE**  
**LOS EVENTOS**



PREGUNTA 15: ¿LE GUSTA EL DEPORTE DE LA VELOCIDAD?

**Tabla 4.36: ¿Le gusta el deporte de la velocidad?**

| RESPUESTA | Personas | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| SI        | 166      | 75%        |
| NO        | 29       | 13%        |
| REGULAR   | 27       | 12%        |
| TOTAL     | 222      | 100%       |

**GRÁFICO 4.32**  
**¿LE GUSTA EL DEPORTE DE LA**  
**VELOCIDAD?**



PREGUNTA 16: ¿QUÉ LO MOTIVARÍA A ASISTIR A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

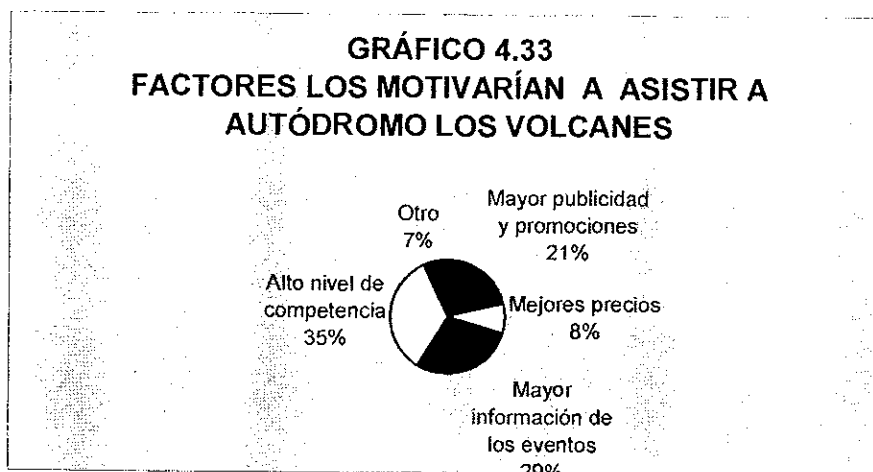
**Tabla 4.37: Factores que los motivarían a asistir a Autódromo Los Volcanes**

| RESPUESTA                                   | Personas | Porcentaje |
|---------------------------------------------|----------|------------|
| Mayor publicidad y promociones              | 53       | 21%        |
| Mejores precios                             | 20       | 8%         |
| Mayor información de los eventos a realizar | 73       | 29%        |
| Alto nivel de competencia / carreras        | 85       | 34%        |
| Otro                                        | 17       | 7%         |
| TOTAL                                       | 248      | 100%       |

**Otro:**

- Disponibilidad de tiempo
- Un circuito con nivel internacional
- Exhibiciones novedosas
- El ambiente
- Más fechas
- Un evento con varias actividades, no sólo carreras
- 

*17 personas respondieron más de una opción*



- b. **Análisis de los resultados: encuesta de análisis de mercado meta.** Según los resultados obtenidos de la encuesta podemos darnos cuenta, que aproximadamente sólo un 30% de las personas encuestadas ha asistido a los eventos que se realizan en Autódromo Los Volcanes. Y del 70% de las personas que no han asistido, se puede concluir que un 87% podrían ser clientes potenciales, ya que muestran un interés por el deporte de la velocidad.

Las carreras de automovilismo siguen siendo las de mayor atracción, son a las que la mayoría de las personas asisten, en comparación con las de motociclismo y las de go-karts.

La mayoría de las personas asisten al área denominada Terraza, con lo que se concluye que gran parte del público ha entrado con entradas de cortesía y no necesariamente porque hayan comprado entrada. Comparando Paddock y General, la mayoría ha asistido a Paddock, lo cual indica que el precio no es un factor determinante para la asistencia y que la mayoría prefieren estar en el área donde se ofrece mejor ubicación y servicio.

Los amigos son el mejor medio por el cual las personas se enteran acerca de los eventos, seguido por Prensa Libre y Televisión, igual que en la primera encuesta.

La competencia en sí y las carreras son lo que atrae al público hacia Autódromo Los Volcanes, ya sea porque son aficionados del deporte o por el puro entretenimiento que se ofrece.

La opinión general que el público tiene de Autódromo Los Volcanes en su mayoría es buena, aunque existe un número alto de personas que piensan que se pueden hacer muchas mejoras, lo que indica que las personas exigen más, por lo que se deben realizar cambios o hacer inversiones para aumentar la satisfacción del cliente.

Los aficionados, el público en general, esperan en un futuro la realización de otros eventos, aparte de los que ya se realizan, y entre esos eventos se pueden mencionar cursos de manejo de competencia, carreras de aceleración, carreras de cuarto de milla, exhibiciones de automóviles, clínicas de manejo, así como eventos de otra índole, como conciertos.

Del 30% de las personas que han ido a Autódromo Los Volcanes más del 90% piensa asistir de nuevo, lo cual es un resultado que indica aceptación por el público y que a pesar de que hay muchos aspectos que se deben mejorar, las personas continuarán dando su apoyo al desarrollo de este proyecto y al deporte de la velocidad, con el afán de entretenerse, de gozar de algo diferente y de ser parte de un espectáculo de emoción y de mucha adrenalina.

Del 70% de las personas que no han asistido, un poco más del 60% no lo ha hecho ya sea porque no se han enterado o por falta de tiempo, lo cual está relacionado directamente con la publicidad y las promociones que se están implementando. Una de las razones por las cuales no se han enterado puede ser resultado de la selección inadecuada de los medios utilizados para llegar al mercado objetivo, es decir, no lo están haciendo en el periódico con mayor impacto, o los anuncios de radio y televisión se transmiten en un canal u horario que no va dirigido a ellos. La razón que dan por falta de tiempo puede ser por parte de falta de planificación, lo cual está fuera del alcance de Autódromo Los Volcanes, pero para esto deben crear diferentes tipos de incentivos que hagan que estas personas planifiquen su tiempo para asistir y que los motive a ser parte de los eventos que se llevan acabo, o también puede ser resultado de que lanzan los anuncios muy tarde, en fechas muy cercanas al día del evento, y muchas personas planifican sus fines de semanas con tiempo anticipado.

La mayoría de las personas acordaron que el mejor medio para hacerlos saber acerca de los eventos eran el periódico y televisión, seguidos por correo electrónico y radio. Esto nos indica que se está realizando la publicidad por los medios adecuadas, pero no necesariamente con la mejor estrategia.

Como se indicó al principio, un 87% de las personas que no han asistido son clientes potenciales, ya que tienen un grado alto de interés por el deporte de la velocidad, y la mayoría de estas personas no han asistido por falta de promoción y publicidad, por lo que hay que encontrar la mejor forma de llegar a ellos, ya sea con mejores campañas de propaganda y promociones, así como proporcionar mayor información acerca de las carreras, de los pilotos y del autódromo en sí, para lograr que las personas se sientan motivadas y tengan un mayor interés de asistir y presenciar los eventos en vivo.

## V. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y ASUNTOS CRÍTICOS

### A. Análisis de la competencia

Actualmente Autódromo Los Volcanes no cuenta con competencia directa, pero como competencia indirecta se podría mencionar a todos los eventos de entretenimiento, ya sea deportivo o no, que se llevan a cabo durante las mismas fechas, principalmente los juegos de fútbol.

No existe otro autódromo en Guatemala que cuente con las mismas características. Cuando se tiene competencia directa es más fácil querer mejorar y buscar ser superiores, algo de lo que Autódromo Los Volcanes se debe percatar y recordar que siempre se debe ofrecer lo mejor en servicio y en calidad de las competencias, porque al final el cliente es el que decide qué es bueno y qué es malo. Autódromo Los Volcanes siempre debe buscar mejorar en todos sus aspectos, para obtener reconocimiento nacional e internacional y ser líderes en el escenario deportivo.

### B. Asuntos críticos

Actualmente Autódromo Los Volcanes enfrenta factores externos que afectan y que presentan un reto hacia las operaciones que realizan. De los asuntos críticos que enfrenta se pueden mencionar los siguientes:

- Falta de patrocinio como resultado de la situación política y económica que enfrenta el país.
- Falta de credibilidad de Autódromo Los Volcanes por parte de las agencias de automóviles, quienes mundialmente son los principales patrocinadores de este tipo de proyectos.
- Falta de cultura automovilística en la gente guatemalteca.
- Baja rentabilidad.
- La poca asistencia de público, especialmente al área de general.
- Falta de inversión en infraestructura como resultado de la falta de patrocinadores.
- Los medios que se utilizan para la publicidad no están obteniendo una amplia cobertura y no están generando mayor impacto en el público.

## **VI. OBJETIVOS DE MERCADEO**

El negocio de Autódromo Los Volcanes proporciona una excelente alternativa a las empresas para la exposición de sus marcas, tanto a los asistentes como a los que presenciarán los eventos en los medios de comunicación masivos, asimismo tiene las facilidades en sus instalaciones para la venta o demostración de productos a las personas que asistan a los eventos.

Los objetivos de mercadeo de Autódromo Los Volcanes a corto y largo plazo se pueden dividir en objetivos de mercadeo cualitativos y cuantitativos.

### **A. Objetivos cualitativos**

- Mejorar las instalaciones, como los baños, graderíos y área de parqueo.
- Ofrecer eventos con un mayor nivel de competencia, por medio de la creación de categorías con vehículos más competitivos y con mayor participación de pilotos internacionales, así como la realización de competencias internacionales.
- Vender a Autódromo Los Volcanes no sólo como un escenario para realizar eventos del deporte de la velocidad, sino también como escenario para realizar actividades de otra índole, como exhibiciones, conciertos, etc.
- Contar con tienda de souvenirs y restaurantes propios dentro de las instalaciones.
- Lograr la asistencia de más grupos familiares a los eventos, por medio de la construcción de áreas de niños.
- Ofrecer otro tipo de áreas de asistencia del público aparte de las que ya se cuentan, que ofrezcan diferentes servicios a los que ya se proporcionan, y así poder satisfacer a todos los niveles socioeconómicos que conforman el mercado objetivo.
- Obtener mayor credibilidad y reconocimiento a nivel nacional e internacional.

### **B. Objetivos cuantitativos**

- Obtener más patrocinadores.
- Incrementar la asistencia del público en un 20%, y así incrementando la utilidad por evento.
- Vender cada evento a empresas patrocinadoras para que cubran por lo menos un 50% de los costos.

## VII. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Las estrategias de mercadeo son las herramientas a utilizar para lograr los objetivos de mercadeo. Las estrategias de mercadeo que hay que establecer deben considerar el mercado objetivo, el desarrollo de nuevos servicios y eventos, las ideas sugeridas por los clientes y los integrantes de la asociación, políticas de precios y paquetes, medios de comunicación y publicidad, promociones, realización de eventos especiales e innovación en ventas.

Al ya haber determinado el mercado objetivo de Autódromo Los Volcanes, así como los requisitos de este, sus expectativas y los mejores medios para llegar a él, ya se pueden establecer estrategias que permitirán obtener mayor reconocimiento.

Se deben seleccionar estrategias de mercadeo que se dirijan a gente joven, mayormente del sexo masculino, las cuales se relacionen con mejora de instalaciones, variedad de eventos, ofrecimiento de servicios y de actividades de mayor calidad, promociones, más publicidad, así como estrategias que permitan obtener mayor patrocinio. Autódromo Los Volcanes no debe buscar sólo la manera de venderle al público sino a las empresas, ya que su funcionamiento depende en una gran parte de los patrocinios.

### A. Patrocinio

Autódromo Los Volcanes, por ser un negocio que está destinado para la realización de eventos deportivos y recreacionales, cuenta con la ventaja de poder contar con el apoyo de diferentes patrocinadores, quienes conllevan la responsabilidad total o parcial de los costos o exigencias de algunos de los eventos, con la intención de conseguir presencia, imagen y notoriedad a través de los canales de distribución que permiten su difusión. Así que Autódromo Los Volcanes no debe establecer solamente estrategias que le permitan llegar y venderle a su mercado objetivo, sino también a empresas nuevas que puedan ser patrocinadores del proyecto y de los eventos que se realizan.

Así que Autódromo Los Volcanes debe establecer estrategias que atraigan a patrocinadores y al público. La mayoría de las empresas que estarán dispuestas a patrocinar son aquellas que tiene cierta conexión con los eventos que se realizan o con el proyecto, o con el público que asiste a dichos eventos. Si la relación es directamente con el público que asiste y no con el deporte de la velocidad, el patrocinador estará interesado sólo si existe un número alto de asistencia de personas. Al final si Autódromo Los Volcanes logra atraer a un alto porcentaje de su mercado objetivo, como resultado podrá obtener mayor apoyo de empresas que desearán ser patrocinadores, porque esto les permitirá obtener notoriedad, prestigio, imagen y ventajas fiscales.

Algunos de los beneficios que obtienen los patrocinadores son los siguientes:

- Ampliación de imagen
- Posicionamiento
- Mayor reconocimiento
- Promociones de ventas exclusivas
- Demostración de productos
- Espacio de exhibición
- Exposición en los medios de publicidad
- Diferenciación de la competencia
- Mercadeo
- Mercadería exclusiva

El tipo de industrias que serían adecuadas para patrocinar a los eventos y a Autódromo Los Volcanes son aquellas que tengan como objetivo atraer un mercado joven y reforzar el reconocimiento de nombre e imagen y algunas que estén relacionadas con los eventos y actividades de Autódromo Los Volcanes.

Ejemplos de patrocinadores para Autódromo Los Volcanes serían:

- Agencias de seguros
- Agencias bancarias
- Agencias de automóviles y motos
- Medios de comunicación (prensa, canales de radio y televisión)
- Páginas de internet
- Hoteles y restaurantes
- Empresas de la industria de bebidas no alcohólicas (aguas gaseosas, jugos, etc.)
- Empresas de la industria alimenticia (papalinas, galletas, etc.)
- Gasolineras
- Agencias de repuestos de carros y motos
- Talleres mecánicos
- Empresas de telefonía celular
- Empresas de las industrias de computación y tecnología

Al momento que una empresa decide ser patrocinador de los eventos y de Autódromo Los Volcanes el logo y nombre de la compañía aparece en las instalaciones, en los anuncios impresos de prensa y volantes, y en ciertos casos, dependiendo del tipo de patrocinio que seleccionen, se puede colocar calcomanías con el

logo y nombre a los vehículos que compiten. También se les ofrece entradas de cortesía para los eventos, las cuales las pueden usar para ofrecerlas a sus propios clientes o empleados.

En los eventos que ha organizado Autódromo Los Volcanes algunos de los patrocinadores han cubierto parte de los costos totales, muchas veces cubriendo los costos de la realización de trofeos, de entradas o de algunas de las empresas que se contratan ya sea para el control del entradas, seguridad o manejo de áreas de parqueo.

Autódromo Los Volcanes, lo que debe buscar son patrocinadores que cubran los costos totales de cada evento o por lo menos un 50% de los costos, de uno a tres patrocinadores oficiales por evento, y convertirlos en patrocinadores oficiales no sólo durante el evento que patrocinarán sino durante todo el calendario completo de campeonato.

Autódromo Los Volcanes debe vender cada fecha de campeonato a dos o tres empresas y que en conjunto cubran por lo menos un 50% de los costos totales del montaje de cada evento, representando ese 50% un promedio de Q50,000 por evento. A cambio de esto, Autódromo Los Volcanes podría ofrecer lo siguiente:

Durante el evento que patrocinarán,

- Impresión del logotipo en anuncios impresos
- Mención de la empresa en anuncios de televisión y radio
- Puntos de venta sin cobro en el evento que patrocinarán
- Entradas de cortesía para que las empresas puedan ofrecer a sus clientes o empleados
- Calcomanías con el logotipo de la empresa en los automóviles que competirán

Durante todos los eventos del calendario de campeonato,

- Vallas con el logotipo y nombre de la empresa en las instalaciones de Autódromo Los Volcanes
- Impresión del logotipo en anuncios impresos
- Logotipo y nombre de la empresa en la página de internet de Autódromo Los Volcanes

La ubicación del logotipo y del nombre de la empresa en los anuncios o en la página de internet, el número de vallas, el número de puntos de venta a ofrecer, así como el número de entradas de cortesía que se les puede ofrecer depende del monto de dinero que cada empresa esté dispuesta a ofrecer.

Este tipo de negociaciones se puede lograr ya sea para empresas patrocinadoras que deseen un contrato de largo plazo o de corto plazo, siendo el de corto plazo como mínimo el de un calendario de competencia,

que es aproximadamente ocho meses. Esto se puede hacer ya sea con los patrocinadores actuales o con empresas que podrían ser potenciales patrocinadores.

Para atraer a las empresas, Autódromo Los Volcanes debe realizar presentaciones por lo menos dos veces al año, invitando a diferentes empresas de las distintas industrias que se mencionaron con anterioridad. En estas presentaciones lo que deben lograr es vender el Autódromo y los eventos, dando a conocer sus objetivos y metas y hacer de Autódromo Los Volcanes un proyecto atractivo y con potencial de crecimiento y desarrollo para que así las empresas tomen el interés y el deseo de formar parte de la cultura automovilística y del deporte en Guatemala.

En estas presentaciones necesitarán vender el Autódromo Los Volcanes con exhibiciones de los automóviles que compiten así como plantear los planes futuros que tienen, y la mejor opción sería realizarlas en las instalaciones de Autódromo Los Volcanes, para que se puedan familiarizar con el ambiente y ocasionar un mayor impacto. Además de la presentación, deben invitar a la persona representante de cada empresa a uno de los eventos, para que así conozcan un poco más de las instalaciones y entiendan con claridad el concepto de qué es Autódromo Los Volcanes y cómo son los eventos que se organizan.

## B. Estrategias de servicio

Los servicios que ofrece Autódromo Los Volcanes son de la categoría de entretenimiento, que en este caso son los eventos que se realizan, como las carreras de automovilismo, motociclismo y autocross, las cuales están organizadas directamente por ellos. Además ofrece sus instalaciones para ser alquiladas a empresas y pilotos para la realización de cursos de manejo y para entrenamientos y prácticas.

La realización de una variedad de eventos y la mejora en las instalaciones, así como el ofrecimiento de nuevos servicios, son estrategias que Autódromo Los Volcanes debe establecer, ya que son requeridos específicamente por los clientes, y la satisfacción del cliente es muy importante en todo negocio.

Con respecto a los eventos que se realizan, Autódromo Los Volcanes se debe enfocar en variedad y aprovechar las instalaciones para realizar todos los eventos para los cuales está diseñado y así poder satisfacer los diferentes gustos y necesidades. Eventos que pueden realizar y que son requeridos por el público, según los resultados de las encuestas realizadas, son:

1. Carreras con pilotos internacionales. Actualmente pilotos salvadoreños compiten en las carreras que se realizan, pero deben considerar invitar a pilotos de diferentes países como Costa Rica, México y Estados Unidos, y publicar en los anuncios sobre su participación, para que así motive a las personas a asistir.
2. Carreras nocturnas. Dentro del calendario de competencias deben considerar la asignación de por lo menos una que se lleve a cabo en horario nocturno. Carreras de este tipo despiertan el interés por ser algo diferente y fuera de lo común, que es lo que las personas buscan.

Para la realización de las carreras con pilotos internacionales, así como las carreras nocturnas se requieren gastos adicionales de una competencia normal.

Para las carreras con pilotos internacionales los gastos serían: partenzas (pago que se le hace a los pilotos por su participación) ,hoteles y transporte, pero para costearlos, Autódromo Los Volcanes debe conseguir el apoyo de los patrocinadores, ya sea para cubrirlos en su totalidad o parcialmente, y hacer énfasis en que con la participación de estos pilotos se eleva el nivel de las competencias, lo que significa una mayor atracción de público.

Los gastos de las carreras nocturnas involucran la instalación de iluminación en Autódromo Los Volcanes, lo cual es un costo elevado, pero para cubrirlo deben conseguir el apoyo de patrocinadores, ya que no sólo será útil para realizar eventos de este tipo, sino presenta otra opción para diferentes empresas a realizar eventos nocturnos.

3. Cursos de manejo. Se pueden impartir cursos de manejo en Autódromo Los Volcanes para novatos, los cuales pueden ser impartidos por pilotos con experiencia, en las cuales los alumnos podrían participar en clases teóricas donde deben aprender lo básico para aprender acerca del control del automóvil o motocicleta, así como las reglas del circuito, las dinámicas, las técnicas de manejo, etc. Al igual participarían en clases prácticas donde realizarían sesiones de prueba para probar sus habilidades y adquirir confianza detrás del timón.

Autódromo Los Volcanes debe fomentar este tipo de actividades, ya sea que estén organizadas directamente por ellos, contratando a pilotos con experiencia que estén dispuestos a impartir las clases y que tengan la capacidad para hacerlo, o vender la idea y ellos alquilar sus instalaciones. El impartir cursos de manejo aumentaría el interés y la participación de las personas guatemaltecas en este deporte, y además aseguraría que los participantes manejen adecuadamente los vehículos de competencia en un circuito de alta velocidad.

4. Exhibiciones y pruebas de automóviles y motos. Autódromo Los Volcanes debe ofrecerle a las agencias sus instalaciones como una opción para llevar a cabo este tipo de eventos, ya que es un escenario adecuado para su realización.
  
5. Espectáculos de medio tiempo durante los eventos. Ya que aproximadamente cada evento tiene una duración entre tres a cuatro horas, se debe crear un intermedio de unos 20 minutos, en el cual se puedan presentar diferentes espectáculos, que no estén relacionados con el deporte de la velocidad, ya que hay que lograr que el público no se aburra y al mismo tiempo se puedan satisfacer diferentes intereses. Algunos espectáculos que se pueden montar son:
  - Conciertos de grupos nacionales: contratar a grupos jóvenes que estén dispuestos a entretener al público de forma gratuita, a cambio de lo cual ellos recibirían exposición y reconocimiento.
  - Carreras de motos de 4x4
  - Competencias de aviones a control remoto
  - Música
  
6. Alquiler de las instalaciones. Autódromo Los Volcanes debe ofrecer a diferentes empresas, ya sea del mundo del automovilismo o motociclismo, o de otra industria, sus instalaciones para realizar eventos como:
  - Ferias
  - Convenciones
  - Filmación de anuncios o programas
  - Eventos que sólo la imaginación los puede limitar

Dependiendo del evento a montar y del uso que se le den a las instalaciones determinará el costo de alquiler. Asegurar ofrecerlo en fechas ajenas a los eventos de campeonato.

7. Instalaciones y servicios. Un aspecto importante que Autódromo Los Volcanes debe considerar detalladamente son las instalaciones y los servicios en general, como baños, bebidas, comidas, parqueos, graderíos, etc. Según las encuestas realizadas el público espera mejoras en todas estas áreas; la opinión en general varía entre buena y aceptable, pero todavía hay suficiente espacio para mejorar. Hay que tener en cuenta que si no se cumplen las expectativas del cliente y sus necesidades, éste puede dejar de asistir a los eventos que se realizan en Autódromo Los Volcanes.

Hay ciertos servicios que no se ofrecen directamente por Autódromo Los Volcanes, es decir, otras empresas se dedican a ofrecer estos productos o servicios, como los son las bebidas y comidas, por lo que hay que asegurar que estas empresas ofrezcan productos de calidad y con variedad de precios que puedan ser accesibles para las diferentes personas que asistan. Que Autódromo Los Volcanes no sea el encargado de ofrecer estos servicios no significa que no deben considerar la calidad y los precios, ya que hay que tomar en cuenta que se ofrecen dentro de sus instalaciones, y los comentarios u opiniones que el cliente pueda tener respecto a la calidad, precios y variedad van dirigidos no sólo a las empresas o restaurantes, sino hacia Autódromo Los Volcanes también, por lo que deben cuidar su imagen.

Algunas de las estrategias a considerar con relación a las instalaciones y los servicios a ofrecer son aquellas que los mismos clientes requieren y sugieren.

- a. Baños. Llevar a cabo la construcción de más baños y hacer lo posible para construirlos cerca de los graderíos, para mayor comodidad de los clientes.
  
- b. Bebidas y comidas. Ya que estos servicios no se ofrecen directamente por Autódromo Los Volcanes, sino que diferentes restaurantes o empresas que ofrecen estos servicios pagan por obtener puntos de ventas en las instalaciones durante los eventos, tienen que buscar a diferentes restaurantes o empresas que permitan ofrecer variedad en los platos que ofrecen y que sean adecuados para eventos de este tipo. Actualmente cuentan solamente con restaurantes que ofrecen hamburguesas, pizzas, sandwiches y tacos, cuyos precios varían desde Q10.00 a Q40.00 por porción. Otras opciones serían ceviches, hot dogs, nachos, es decir, otros productos que permitan ofrecer más variedad no sólo del producto sino de precios también. Esta es una estrategia que no representa un costo, ya que Autódromo Los Volcanes vende los puntos de venta, el único costo que existe es el de llamar a diferentes restaurantes y empresas para ofrecerles estos puntos. Para los restaurantes y empresas que ofrecen estos servicios es una ventaja ya que obtienen reconocimiento y notoriedad.

Otra opción que Autódromo Los Volcanes debe considerar es la colocación de sus propios centros de comida. Esto les permitirá establecer precios fijos en todos los productos de bebidas y comidas que ofrecen, y además les generaría mayor ingreso. Esto requiere de una alta inversión, pero a largo plazo resulta más efectivo ya que representa un ingreso adicional, y además les permite cuidar la imagen de Autódromo Los Volcanes asegurando el ofrecimiento de productos de calidad. Llevar a cabo esta estrategia requiere de un costo inicial, que es el de la construcción de casetas o tiendas, así como del equipo necesario de cocina, y luego requiere de otros costos como lo serían sueldos de los empleados, los ingredientes o productos para los platos a ofrecer, así como otros materiales (platos, vasos, servilletas, etc.). Una opción para cubrir el costo inicial de construcción es por medio de patrocinadores, especialmente por empresas de las industrias de alimentos y bebidas, quienes a cambio pueden obtener lo siguiente:

- Pintar las casetas o tiendas con el logotipo y el nombre de la empresa
  - Una caseta o tienda con el nombre de la empresa patrocinadora. Ejemplo: “Tienda Pepsi”, “Tienda Diana”, etc.
  - Impresión del logotipo en anuncios de periódico y volantes, así como en la página de internet.
- c. Punto de venta de entradas. Actualmente Autódromo Los Volcanes sólo vende las entradas para los eventos que organizan en las oficinas centrales y en las instalaciones durante los eventos.

Otra opción sería de vender las entradas en otros lugares, como en los centros de ventas de algunas empresas patrocinadoras; un ejemplo sería en gasolineras.

Esto proporciona otro medio para que el público adquiera las entradas y así poder planear con mayor anticipación su asistencia a los eventos, y al obtenerlas antes se crea cierta obligación a que asistan por el hecho de que ya pagaron sus entradas, y no les permite tener la opción el día del evento acerca de si asisten o no.

d. Varios. Otras estrategias que se deben considerar son la creación de áreas específicamente para niños, tiendas de souvenirs y un área denominada VIP Terraza. Los costos de estas estrategias podrían cubrirse en parte por medio de patrocinios.

- 1) Área para niños. Crear un área para niños, la cual cuente con columpios y otro tipo de entretenimiento dirigido para ellos. Esto permitirá aumentar el incremento de asistencia de familias completas.
- 2) Tienda de souvenirs. Autódromo Los Volcanes debería considerar tener una tienda de souvenirs dentro de las instalaciones, con productos promocionales que permitan obtener mayor reconocimiento y que puedan generar ingresos.
- 3) VIP Terraza. Autódromo Los Volcanes dispone de cuatro áreas de Terraza. Una estrategia sería hacer de este espacio un área tipo VIP, el cual esté totalmente techado y que tenga un acceso limitado de personas, de aproximadamente 100, y en el que se ofrezca servicio de bufete y bebidas especiales, así como un área de mayor comodidad. El precio de entrada sería más elevado, aproximadamente unos Q250, con la que se incluye toda la comida y bebidas que puedan consumir.

El servicio de comida y bebidas pueden ser ofrecidos por algunos de los hoteles o restaurantes patrocinadores.

El costo de esta estrategia es el de remodelación.

Esto proporcionaría otra opción para apreciar los eventos por parte del público, satisfaciendo las necesidades de un nivel socioeconómico más alto.

### C. Estrategias de precios

Estas estrategias son las que se utilizan para establecer precios o paquetes de precios que permiten penetración en el mercado, asignándolos para diferentes segmentos del mercado y para poder ser competitivo.

Según los resultados de las encuestas realizadas, el precio de las entradas que se ofrecen actualmente no causa una opinión negativa en el público, al contrario, la mayoría los considera buenos, por lo que no se deben realizar cambios de reducción en precios, pero sería buena idea llevar a cabo ciertas estrategias que permitan atraer mayor público. Algunas ideas son las siguientes:

1. Paquetes de entradas. Los paquetes de entradas son aquellos que se venden por un número múltiple de entradas con descuentos u ofertas especiales, en los que, por la compra de un cierto número de entradas, ya sean de entradas para el área de General o Paddock, se ofrece algún tipo de descuento o se obsequia una entrada extra.

Se debe vender cualquier entrada adicional al paquete al precio normal de la entrada, ya que de lo contrario no daría resultado y ante todo se deben obedecer las políticas de la empresa y el objetivo es generar una ganancia económica.

Para los diferentes tipos de paquetes que se pueden ofrecer se deben especificar las siguientes condiciones:

- Todas las entradas del paquete deben ser del mismo tipo, es decir, para la misma área y del mismo precio
- Todas las entradas deben ser adquiridas en una sola compra, al mismo tiempo.
- Los paquetes sólo se venden hasta el día viernes antes del evento.

Los distintos paquetes que se pueden ofrecer son los siguientes:

- Por la compra de tres entradas se ofrece la cuarta a mitad de precio.
  - Por la compra de cinco entradas se regala una entrada.
  - Paquetes familiares, a los cuales se les hace un descuento de Q25. Se considera una familia a dos niños acompañados de dos adultos, o a tres niños acompañados de un adulto.
2. Niños menores de 10 años. Permitir el acceso gratuito a niños menores de 10 años y que vayan acompañados por un adulto. Esto motivará a mucha gente a que asista en familia a los eventos.
  3. Igualdad de precios en todos los eventos. Autódromo Los Volcanes debe acordar que en todos los eventos de competencia que se realicen, ya sea de automovilismo, go-karts o motociclismo, sin importar si son o no organizados por ellos, se establezcan los mismo precios, ya sea sobre las entradas o bebidas y comidas. Esto permitirá que se mantengan los niveles de calidad en todas las competencias y no generará reclamos o malos comentarios por el público, ya que si se ofrecen a precios más bajos en los eventos no organizados por ellos podría causar alguna inconformidad por el público.

#### D. Estrategias promocionales de mercadeo

Estas son las estrategias que se relacionan con la publicidad y los medios, con el programa de relaciones públicas y con la fuerza de ventas para cubrir nuevos productos y servicios, o mercados.

Las estrategias promocionales de mercadeo que son adecuadas para Autódromo Los Volcanes se pueden dividir en diferentes categorías, las cuales son:

- Establecimiento de contactos
- Mercadeo a través de correo directo
- Publicidad en medios de comunicación
- Publicidad fuera de línea
- Publicidad y conferencias de prensa
- Publicidad en internet
- Publicidad de boca en boca
- Actividades promocionales

1. Establecimiento de contactos. Esto se refiere a relacionarse con otras empresas o personas que están en el mismo campo, colocando el producto o servicio en exhibiciones o en ferias que estén relacionados con las actividades del negocio o que tengan relación con el mercado objetivo.

Al ser Autódromo Los Volcanes un tipo de negocio que se dedica a ofrecer un servicio de entretenimiento, y no a la producción o distribución de un producto, lo oportuno sería colocar boletines informativos o publicaciones en exhibiciones u otras empresas que incluyan la localización del Autódromo, los eventos que se realizan, información acerca de las diferentes categorías que participan así como de pilotos, el calendario de los eventos, y fotografías que permitan al público visualizar de lo que se trata.

La manera en que podrían hacer esto es:

- Colocando puntos de demostraciones en exhibiciones relacionadas con automóviles, motos y con el deporte de la velocidad, como lo son: Salón del Automóvil y Expoauto. Estas son exhibiciones que se montan una vez al año y que atraen a público que muestran mucho interés por los automóviles y motos, y quienes pueden ser clientes potenciales de Autódromo Los Volcanes. Estos puntos deberían de contar con boletines informativos, fotografías ampliadas, obsequios publicitarios con el logotipo de Autódromo Los Volcanes (plumas, calendarios de cartera, lápices, etc.), así como con videos de las diferentes carreras que se lleven a cabo.

El costo de esta estrategia está determinado con el costo del puesto del stand, que puede ser de un precio aproximado entre \$500.00 a \$1000.00; a esto hay que agregarle la impresión de los boletines o folletos informativos, el costo de los obsequios publicitarios, así como de gastos varios como el sueldo de las personas encargadas del punto de demostración.

- Organizar un dispensador que diga "Tome Uno" con boletines, folletos o volantes, y colocarlo en sitios donde clientes potenciales puedan tomar uno y llevárselos. Lugares adecuados serían aquellos que son frecuentados por el mercado objetivo de Autódromo Los Volcanes, como: cafeterías de universidades, tiendas de alquiler de películas, cines, así como en los centros de ventas de las empresas patrocinadoras de Autódromo Los Volcanes y sus eventos.

Otra opción para su localización sería en hoteles y restaurantes en Antigua Guatemala, ya que por su cercanía a Autódromo Los Volcanes presenta una ventaja. Además funcionaría como un medio para atraer a turistas a los eventos.

Los costos de esta estrategia son representados por el precio del dispensador y de la impresión de Iso boletines, folletos o volantes. Se debe asegurar de colocarlos en establecimientos que no cobren por su colocación, para que no presente un costo adicional.

2. Mercadeo a través de correo directo. Este tipo de mercadeo se realiza por medio de cartas, folletos y volantes, los cuales se mandan a diferentes personas. Esto requiere una inversión de dinero en lo que es la impresión y el envío. Es una estrategia de corto plazo que representa ventas inmediatas.

A pesar de que Autódromo Los Volcanes ya cuenta con la distribución de volantes por diferentes puntos de la ciudad, otra manera de distribuirlos sería enviarlos a las casas de las personas a través de los buzones. Muchas veces la repartición de volantes en las calles resulta poco efectivo, ya que las personas pueden tener la opción de aceptarlos o rechazarlos, en cambio al repartirlos directamente en las casas no existe el rechazo inmediato, a pesar de que se puede dar el caso en que la persona no decida leerlo cuando lo encuentra en el buzón. Ya que resulta muy difícil repartirlo en todos los hogares, hay que seleccionar sectores estratégicos, como las zonas en donde el mayor porcentaje del mercado objetivo se encuentra, que en este caso sería desde el sector medio bajo al alto, como las zonas 2, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15. Otra opción sería Antigua Guatemala, ya que por la cercanía a Autódromo Los Volcanes, las personas podrían considerarlo como una opción cercana de entretenimiento.

El costo de esta estrategia se ve representado por el costo de la impresión de los volantes así como el del envío. El costo de la impresión es de aproximadamente Q2,500.00 por 10,000 volantes.

3. Publicidad en medios de comunicación. Los anuncios de televisión, radio, revistas y periódicos son la forma tradicional de publicidad que se utilizan para obtener reconocimiento. Esta es una estrategia que requiere de mucha inversión de dinero y es de largo plazo utilizada para desarrollar reconocimiento durante un período de tiempo.

Esta estrategia ya es realizada por Autódromo Los Volcanes, y se da en la forma de canjes publicitarios con la cadena de radio Alfa Super Stereo y con los canales 3 y 7 de televisión nacional, al igual que con el periódico Siglo XXI; por lo que el único costo que cubren es el de la realización de los anuncios por las agencias de publicidad y no en la publicación o emisión de éstos. Este es un costo que promedia en unos Q30,000.00.

- a. Periódico. Una de las estrategias de mayor importancia que Autódromo Los Volcanes debe considerar llevar a cabo es el cambio del periódico por el cual se publican. Actualmente se promocionan a través de Siglo XXI, pero según las encuestas realizadas se pudo determinar que no está dando mayor

resultado, a pesar de que las personas consideran el medio del periódico como el mejor para hacerlos saber acerca de los eventos que se realizan. Por lo que se puede asumir que el periódico seleccionado no es el adecuado. El periódico Prensa Libre sería la mejor opción, ya que es el periódico de mayor circulación en el país, y como se pudo ver en los resultados de las encuestas, muchas personas se enteraban más por Prensa Libre que por Siglo XXI, y no porque Autódromo Los Volcanes se promocioe en él, sino a través de la sección deportiva o por promociones de empresas patrocinadoras que publican sus propios anuncios acerca de los eventos.

Otra ventaja que presenta Prensa Libre, además de ser el periódico de mayor circulación, es que ellos publican una revista llamada "Mundo Motor", la cual abarca temas de automovilismo y motociclismo, y se distribuye una vez al mes a suscriptores del periódico. Esta sería otra forma de publicidad que va dirigida directamente al mercado objetivo, ya que la mayoría de lectores de esta revista son los aficionados y los interesados del mundo del automovilismo y motociclismo.

Actualmente una de las ventajas que proporcionan los periódicos, ya sea Siglo XXI o Prensa Libre, son las tarjetas de beneficios para suscriptores; la de Siglo XXI llamada "Tarjeta Veintiuno" y la de Prensa Libre, "Tarjeta Libre". Con estas tarjetas se obtienen descuentos y promociones en diferentes establecimientos afiliados. Autódromo Los Volcanes al ser afiliado a uno de los periódicos, podría ofrecer ya sea descuentos o promociones a las personas que poseen la tarjeta. Diferentes tipos de descuentos o promociones que pueden ofrecer son las siguientes:

- Entradas gratis a las primeras 50 personas que se presenten
- Descuento en las entradas a las personas que presentan tarjeta
- Tercera entrada a mitad de precio al presentar tarjeta

Este tipo de promociones con las tarjetas de beneficios se debe realizar sólo con entradas vendidas en oficinas centrales de Autódromo Los Volcanes para llevar un mejor control y tener un límite de entradas ya sea regaladas o vendidas por este medio.

b. Televisión. Con referencia a los resultados de las encuestas, de las personas que han asistido a los eventos de Autódromo Los Volcanes, pocos se han enterado por medio de la televisión. Pero al preguntarles a las personas que no habían asistido cuál sería el mejor medio para hacerles saber, la televisión ocupó el segundo lugar con un 25%. Lo que no se puede determinar es que si cuando respondieron por televisión era si debía ser por señal de cable o por los canales nacionales, lo cual sería de gran importancia conocer, ya que los anuncios que se transmiten en televisión son por los canales nacionales, y determinar por qué señal sería más eficiente. A través de los canales que se podrían

transmitir por la señal de cable son ESPN, FOX Sports, SONY y WB, que son canales dirigidos para el público al que se dirige Autódromo Los Volcanes.

- c. Radio. La opción de la cadena de radio por la que se promocionan actualmente es adecuada, ya que es una cadena que se dirige a gente joven, quiénes son la mayor parte del mercado objetivo de Autódromo Los Volcanes. Actualmente Autódromo Los Volcanes regala entradas de cortesía por medio de la radio para el área de general.

Otra idea sería regalar entradas al área de Paddock por medio de concursos a través de la radio, realizando preguntas con cierto nivel de dificultad que se relacionen con el deporte de velocidad, ya sea en el nivel nacional o internacional. Se podrían regalar 10 entradas, dos al día, durante uno de los segmentos. Las preguntas podrían ser planteadas por Autódromo Los Volcanes.

- d. Revistas. Autódromo Los Volcanes no se anuncia en ninguna revista, pero existe la revista llamada "Wise Racing Magazine" cuyo contenido está relacionado con el deporte de la velocidad, así como de temas de automovilismo y motociclismo en general. En esta revista se publican artículos de los diferentes eventos de esta índole, como carreras de autocross, circuito, aceleración, rally, motovelocidad y go-karts, de nivel nacional e internacional.

Esta revista publica 3,500 ejemplares mensualmente y se distribuye de forma gratuita en los lugares que se promocionan en ella, así como en algunos restaurantes y gasolineras.

Muchos de los artículos que aparecen en la revista se relacionan con los eventos que se realizan en Autódromo Los Volcanes, en los que se da información acerca de lo sucedido en cada evento realizado. En algunos casos aparece el logotipo de Autódromo Los Volcanes o se menciona su nombre en los artículos. No existe ninguna negociación entre Autódromo Los Volcanes y la revista, pero sí existe un apoyo mutuo, a partir del cual ambos salen beneficiados, ya que Autódromo Los Volcanes es promocionado indirectamente sin algún costo y la revista obtiene de los eventos material para publicar.

Ya que actualmente la revista cuenta con el apoyo de Autódromo Los Volcanes, una estrategia adecuada sería negociar en forma de canje espacio de la revista, anunciando a Autódromo Los Volcanes directamente, no los eventos, ya que la revista se encarga de publicar artículos acerca de ellos. Puede ser un anuncio simple, que se enfoque en el logo de Autódromo Los Volcanes, incluyendo la dirección de la oficina central y de la página de internet y los números telefónicos.

Otra idea es asociarse con la revista y que dentro del directorio aparezca una sección enfocada sólo en Autódromo Los Volcanes, es decir, en sus instalaciones, artículos sobre los eventos realizados así como los

que se realizarán en el futuro, calendario de competencia, artículos sobre pilotos que compiten en Autódromo Los Volcanes, etc. Esto podría ser una sección de 3 a 5 páginas y para cubrir los costos se podría obtener apoyo de todos los patrocinadores participantes. La ventaja de esta revista es que va dirigida al mercado objetivo de Autódromo Los Volcanes, ya que las personas que leerán este tipo de revista son aquellos que tiene interés por este tipo de entretenimiento. Uno de los beneficios de la asociación es que la revista "Wise Racing" ya tiene establecido los lugares de distribución, así como al mercado de lectores, por lo que Autódromo Los Volcanes no necesitaría buscarlos. Otro beneficio es que se incrementaría el número de lectores y suscriptores ya que obtendría mayor reconocimiento por las empresas patrocinadores de Autódromo Los Volcanes, los pilotos participantes y los aficionados. El costo por página en esta revista es de Q1,500.00, pero por medio de una asociación el costo disminuye, ya que Autódromo Los Volcanes adquiere derechos sobre la sección estipulada para ellos.

Además, dentro de esta revista se podrían incluir cupones de descuento sobre las entradas, los cuales se deben recortar y presentar en las oficinas de Autódromo Los Volcanes. El valor de descuento es establecido por Autódromo Los Volcanes. Este cupón puede ocupar un espacio de 2 x 3 pulgadas a un costo de Q400.00.

4. Publicidad fuera de línea. En esta categoría entran tarjetas de presentación, volantes, productos promocionales con el nombre y logo de la empresa (llaveros, plumas, gorras, etc.) Esta es una estrategia de largo plazo que permite crear reconocimiento, es menos costoso, pero también el alcance es menor que la publicidad tradicional.

a. Volantes. Volantes son páginas que contienen información, usualmente de tamaño media carta, impresas en uno o dos colores o en varios colores. Son muy económicos y efectivos, ya que cuando se reparten en algún lugar pueden servir como distracción para las personas que esperan ser atendidos en algún lugar.

Los volantes ya son utilizados por Autódromo Los Volcanes, aunque no han tenido mayor impacto en el público según el resultado de las encuestas. Lo más importante cuando se refiere a la realización de este tipo de estrategias es identificar los lugares estratégicos para su distribución, y lo que Autódromo Los Volcanes debe hacer es repartirlos en los lugares donde se asegura que se encuentre el mercado objetivo. Lo pueden hacer por el medio antes mencionado de un dispensador que diga "Tome Uno" o con varias personas repartiéndolos por diferente puntos de la ciudad. Lugares donde podrían ser distribuidos son los siguientes:

- Universidades
- Tiendas de alquiler de películas

- Centros de venta de las empresas patrocinadoras
- Cines
- Gasolineras
- Centros comerciales
- Semáforos
- Talleres mecánicos
- Agencias de repuestos de automóviles y motos
- Directamente a los hogares de las personas

b. Afiches. Los afiches consisten en páginas de aproximadamente 16 x 20 pulgadas, los cuales contienen información y que son utilizados para exposición y propósitos promocionales. Estos generalmente se colocan en tableros de boletines informativos o ventanas de diferentes establecimientos. Se tienen que hacer atractivos, con colores y frases que llamen la atención, ya que son muy efectivos para seducir clientes potenciales.

Este tipo de publicidad, Autódromo Los Volcanes lo debe realizar para anunciar los eventos que realizan, siguiendo la misma imagen de los anuncios que hacen por medio del periódico y volantes. Lugares estratégicos para su colocación son:

- Universidades
- Tiendas de alquiler de películas
- Centros de venta de las empresas patrocinadoras
- Cines
- Gasolineras
- Centros comerciales
- Restaurantes
- Talleres mecánicos
- Agencias de repuestos de automóviles y motos

El costo de esta estrategia es el de la impresión, el cual es el de aproximadamente Q2775 por 250 afiches.

c. Productos promocionales. Los productos promocionales son aquellos que llevan el nombre y el logotipo de la compañía. Estos pueden ser obsequios, o sea regalados, o pueden venderse, representando un ingreso adicional al negocio. Se debe asegurar que estos productos sean duraderos y de buena calidad, ya que eso dará una buena imagen de Autódromo Los Volcanes.

Los obsequios promocionales se pueden regalar durante los eventos y generalmente son de poco valor, pero al mismo tiempo son de utilidad y deben ser consistentes con la imagen del negocio y el servicio que se ofrece. Ejemplos de obsequios promocionales que Autódromo Los Volcanes puede ofrecer son:

- Lapiceros
- Llaveros
- Calendarios de bolsillo
- Banderines

Si se obtienen patrocinadores oficiales por evento se podrían mandar hacer estos obsequios en conjunto con los patrocinadores, con la aparición de los logotipos del patrocinador y de Autódromo Los Volcanes, así disminuyendo los costos y creando notoriedad para ambos.

Los productos para venta que pueden ofrecer son los siguientes:

- Gorras
- T-shirts
- Camisas tipo polo
- Pañuelos
- Pocillos
- Vasos
- Cojines para graderos
- Agendas magnéticas
- Vasos térmicos
- Cronómetros con colgador
- Sudaderos
- Cintas para colgar gafetes

Estos productos se pueden vender en las instalaciones de Autódromo Los Volcanes durante los eventos o en las oficinas centrales. Estos productos no sólo incrementan el reconocimiento del negocio sino que representan un ingreso adicional.

El costo de estos productos aparece en la siguiente tabla.

Tabla 7.1: Precios de productos promocionales

| PRODUCTO                     | CANTIDAD | PRECIO POR UNIDAD |
|------------------------------|----------|-------------------|
| Lapiceros plásticos          | 2,000    | Q1.87             |
| Llaveros flexibles plásticos | 2,000    | Q2.00             |
| Banderines                   | 2,000    | Q3.00             |
| Vasos plásticos de 16 oz.    | 5,000    | Q4.00             |
| Gorras                       | 1,000    | Q20.00            |
| T-shirts                     | 1,000    | Q25.00            |
| Agendas magnéticas           | 1,000    | Q9.00             |
| Vasos térmicos               | 500      | Q30.00            |
| Cintas para colgar gafete    | 500      | Q18.00            |
| Banderas                     | 500      | Q30.00            |
| Cojines para graderios       | 500      | Q25.00            |
| Pocillos cerámicos           | 500      | Q18.00            |
| Pachones                     | 500      | Q15.00            |
| Camisas tipo Polo            | 100      | Q55.00            |
| Cronómetros con colgador     | 100      | Q90.00            |
| Sudaderos                    | 100      | Q80.00            |

*Nota: Los precios que aparecen en la tabla son por la cantidad cotizada y es un aproximado, varían si cambia la cantidad.*

5. Publicidad y conferencias de prensa. Lograr el reconocimiento de la prensa es una forma en que se logra influenciar al público para que éste adquiera un producto o servicio, ya que se obtiene credibilidad. Es una estrategia de corto y largo plazo, ya que resulta en ventas inmediatas después de observar la publicidad, y permite obtener reconocimiento.

Una de las ventajas que Autódromo Los Volcanes tiene es que su negociación con los medios de publicidad tradicionales es a través de canjes y este tipo de estrategias se acostumbran hacerlas por medio de televisión y en algunos casos se publica lo dicho en las conferencias de prensa en el periódico. Lo que debe hacer es aprovechar el canje y realizar conferencias de prensa pocos días antes del evento a realizar, y la mejor forma de hacerlo es en compañía de algunos de los pilotos que compiten, por varias razones:

- Causa mayor impacto y se le da mayor importancia al campeonato, así como al deporte de la velocidad.
- El público llega a conocer mejor a los pilotos que compiten y a familiarizarse con ellos.
- Se obtiene mayor credibilidad y reconocimiento.
- Es un incentivo para que el público asista a los eventos.

Deben recordar que los deportistas, en este caso los pilotos, son las estrellas del evento, ya que si no hay pilotos, no hay carreras, si no hay carreras, no hay público y si no hay público, no hay negocio. Por lo que

también hay que motivar a los pilotos a que se involucren en el mercadeo del deporte de la velocidad y de Autódromo Los Volcanes y una de las mejores maneras de hacerlo es por medio de conferencias de prensa.

6. Publicidad en internet. Enlaces de búsqueda, directorios en línea, banderines, correo electrónico y la página en línea son diferentes formas de tener publicidad en internet. Esta es una de las estrategias menos costosas, pero toma mucho tiempo para desarrollar una campaña de publicidad adecuada en internet.

a. Página en línea. Una página en línea puede funcionar de muchas formas para el negocio, ya que creará credibilidad; puede resultar en ventas directas y puede desarrollar reconocimiento del negocio. Es una estrategia de largo plazo que debe funcionar continuamente y ser actualizada.

Actualmente, Autódromo Los Volcanes cuenta con su propia página en internet. Se debe asegurar de publicar la dirección de la página así como de la dirección del correo electrónico de Autódromo Los Volcanes en los anuncios de prensa, televisión y volantes.

Estrategias que se pueden considerar por medio de la página son:

- 1) La presentación de un mecanismo que permita a las personas que visitan la página a llenar una solicitud de información, en la que deben registrar sus datos personales, incluyendo sus direcciones electrónicas, para crear una base de datos de clientes actuales y potenciales, y así poderles mandar boletines informativos acerca de Autódromo Los Volcanes y sus eventos.
  - 2) Publicar encuestas dentro de la página que permitan conocer las opiniones del público así como de sus diferentes necesidades.
- b. Banderines y Pop-ups. La publicidad en internet comenzó con los banderines. El banderín puede presentarse en diferentes tamaños, y generalmente es un pequeño anuncio que refleja el logotipo de la empresa y su nombre, y en casos un eslogan.

Los Pop-ups son pequeñas ventanas que aparecen en pantalla después de que se descarga una página de internet. Pueden aparecer sobre la página o escondida por debajo. Este tipo de publicidad por internet se usa generalmente para promocionar productos o servicios.

Los banderines, así como los pop-ups, generalmente aparecen en páginas en línea externas a las del negocio que se anuncia, especialmente en aquellas que tienen mucho tráfico de visitantes, con el propósito

de promocionarse y hacerse conocer. Estos banderines pueden presentarse en las páginas como anuncio o como enlace, en la que se puede hacer un clic e inmediatamente se transfiere a la página en línea de la empresa o producto que se anuncia.

Autódromo Los Volcanes ya cuenta con banderines en las páginas de GuateRacing, Zona Gallo y Guatexsports, pero no con enlaces que transfieran al visitante a la página de Autódromo Los Volcanes.

1) [www.guateracing.com](http://www.guateracing.com). GuateRacing es una página que publica artículos e información relacionada con el automovilismo y motociclismo, nacional e internacional. Actualmente se publica información y noticias acerca de los eventos que se realizan en Autódromo Los Volcanes y al ingresar a éstas se puede apreciar un banderín de Autódromo Los Volcanes.

Esta es una página que va dirigida al mercado objetivo de Autódromo Los Volcanes, a personas que tienen un gran interés por al automovilismo y motociclismo y aficionados a este deporte.

2) [www.zonagallos.com](http://www.zonagallos.com). Esta es una página que publica artículos y fotografías de la vida nocturna en diferentes establecimientos, así como artículos y fotografías relacionados con el mundo del entretenimiento y deporte. En esta página también se anuncian por medio de banners diferentes empresas que están afiliadas con Zona Gallo. Además se ofrece una tarjeta de beneficios llamada Zona Gallo que proporciona descuentos y promociones en los establecimientos afiliados.

Actualmente en la sección deportiva de esta página aparece un artículo relacionado con Autódromo Los Volcanes, donde se cuenta un poco de su historia y su ubicación; además, después de cada evento, se publican fotografías de éstos.

Esta es una página que es visitada mayormente por gente joven, ya que muchos la visitan para observar las fotografías que aparecen publicadas, las cuales tienen que ver con la vida nocturna en los diferentes establecimientos, como bares, discotecas y restaurantes, así como de eventos de entretenimiento y deportivos. El número de visitantes por día a esta página es de aproximadamente entre 1,500 y 2,500.

3) [www.guateXsports.com](http://www.guateXsports.com). La página de GuateXsports publica artículos, información y fotografías relacionados con todos los eventos deportivos que se realizan en nuestro país. Actualmente se publica información, calendario de eventos y fotografías acerca de los eventos que se realizan en Autódromo Los Volcanes y además cuenta con un banderín en la página de automovilismo de GuateXsports a cambio de presencia de marca en los eventos.

Esta página es visitada aproximadamente por 2,500 personas semanalmente.

Otra página, aparte de las ya mencionadas, y que va dirigida a personas jóvenes, es la de [www.guate2night.com](http://www.guate2night.com), la cual es similar a la de Zona Gallo, publicando artículos y fotografías de la vida nocturna en diferentes establecimientos como bares, discotecas y restaurantes, así como de eventos del mundo cultural y deportivo. Esta página es visitada por 15,000 personas aproximadamente al día, lo cual representa una opción importante para promocionarse.

Estrategias que se pueden llevar a cabo por medio de estas páginas para Autódromo Los Volcanes son:

- Colocar enlaces hacia la página de Autódromo Los Volcanes realizando una negociación de canje, es decir, a cambio de presencia de marca en las instalaciones.
  - Colocar pop-ups, anunciando los eventos en las páginas de [guate2night](http://www.guate2night.com) y Zona Gallo, los cuales tienen un costo aproximado de \$250.00 - \$500.00, dependiendo del tamaño y de la frecuencia con que se desea que aparezca. Esta estrategia se debe realizar sólo durante la semana antes del evento, ya que lo que se pretende con esto es promocionar específicamente las competencias deportivas.
- c. E-mail. Una de las herramientas más importantes para la estrategia de mercadeo por medio de internet es el correo electrónico o e-mail, ya que:
- El correo electrónico ayuda a incrementar ventas sin esfuerzo.
  - Puede funcionar como una especie de atención al cliente.

Por medio de la página de internet, al crear una base datos de los clientes y al conocer sus direcciones de correo electrónico, se pueden mandar boletines informativos, acerca de Autódromo Los Volcanes, sus instalaciones, eventos, promociones, información acerca de pilotos, etc.

Hay que recordar que el correo electrónico funciona muchas veces como una cadena, ya que las personas acostumbran a reenviar muchos de los artículos que reciben y así sucesivamente, haciendo que un mayor número de personas obtenga la información.

7. Publicidad de boca en boca. Esta es la forma de publicidad menos costosa, pero la que requiere mayor credibilidad. Todo negocio genera publicidad de boca en boca, ya sea positiva, la cual beneficia

a la empresa, o negativa, la cual la perjudica. Estudios han demostrado que la mayoría de clientes no satisfechos no harán reclamos a las personas responsables del negocio, en cambio, divulgarán publicidad de boca en boca negativa acerca de su mala experiencia a otros, lo cual para el negocio no sólo resulta en la pérdida de ese cliente, sino de clientes potenciales.

La base de generar una publicidad de boca en boca positiva es ofrecer productos y servicios de calidad. Por lo que hay que lograr que los productos y servicios que se ofrecen sean lo mejor que pueden ser. Hay que tener en cuenta que siempre hay espacio para mejorar y estar dispuestos a realizar esas mejoras lo más pronto posible.

Lo que Autódromo Los Volcanes debe lograr para generar un mercadeo de boca en boca positivo es:

- Pedirle a diferentes personas o empresas a que ayuden a transmitirle a otros, que les pueda interesar, acerca de las actividades que se llevan a cabo en Autódromo Los Volcanes. Le pueden pedir a empresas patrocinadoras, pilotos, clientes frecuentes, amigos y familiares.
- Realizar eventos de alta calidad que hagan que las personas tengan algo que decir, realizar eventos creativos y que sean de gran emoción para que capten la atención del público; y hacer de las instalaciones un lugar agradable, cómodo y que ofrezca servicios que hagan sentir al cliente satisfecho.

Para lograr un impacto en el público que haga que ellos luego compartan sus experiencias con los demás y tengan algo positivo que decir, Autódromo Los Volcanes debe realizar eventos y ofrecer servicios que llene las expectativas y necesidades del cliente, y esto lo debe hacer por medio de:

- Comodidad en las instalaciones
  - Variedad de bebidas y comida, así como variedad en sus precios que permitan ser adquiridos por personas de diferentes clases sociales.
  - Alto nivel en la organización y en las competencias
  - Promociones durante los eventos
  - Entretenimiento entre las competencias (música, conciertos, concursos, etc.)
8. Actividades promocionales. Dentro de este tipo de estrategia, se puede considerar la realización de eventos especiales, participación en proyectos comunitarios, exhibiciones, realización de concursos, así como el ofrecimiento de paquetes especiales, cupones, descuentos y productos promocionales.

Diferentes actividades promocionales que Autódromo Los Volcanes puede ofrecer son las siguientes:

- a. Carreras con propósito benéfico. Realizar eventos de beneficencia por medio de eventos deportivos ayuda a incrementar la conciencia acerca de esfuerzos que merecen la pena, ayudando a hacer una diferencia y contribuyendo con un porcentaje de los ingresos del evento para fundaciones respetables.

Con el apoyo de patrocinadores, Autódromo Los Volcanes podría realizar eventos de este tipo donando cierta cantidad de dinero por entrada vendida. La idea sería que diferentes patrocinadores cubran los costos totales de la organización y publicidad para que Autódromo Los Volcanes pueda donar un monto apreciable de dinero, sin que resulte en pérdida para ellos. Este tipo de eventos, de propósito benéfico, atrae a un gran número de personas, ya que cuando se trata de ayudar, la gente guatemalteca abre sus corazones dispuesta a dejar un granito de arena. Con la realización de eventos de este tipo permitirá a Autódromo Los Volcanes, y a los patrocinadores participantes, obtener reconocimiento y dejar su nombre en alto, dejando una imagen positiva en las personas.

- b. Carreras de inauguración de calendario. Algo muy importante que Autódromo Los Volcanes debe lograr es atraer al público a los diferentes eventos que se realizan en Autódromo Los Volcanes, ya sea de automovilismo, motociclismo o carreras de go-karts.

Según los resultados de las encuestas realizadas se pudo determinar que las personas tienen mayor interés por las carreras de automovilismo que por las de go-karts y motociclismo, razón por la cual Autódromo Los Volcanes debe buscar la forma de aumentar el interés por estas modalidades del deporte.

Probablemente una de las razones por las cuales no hay mayor asistencia o interés hacia esos eventos es porque no se han dado a conocer o no se han promocionado como las carreras de automovilismo, lo cual puede ser resultado de que no sean organizadas por Autódromo Los Volcanes, ya que ellos sólo alquilan las instalaciones para su realización.

Ya que uno de los objetivos de Autódromo Los Volcanes es el de incrementar la afición por el deporte de la velocidad, una de las maneras de hacerlo es realizando una carrera de apertura de calendario de competencia, en la que se presenten las tres modalidades, es decir, automovilismo, go-karts y motociclismo, lo cual le permitirá al público apreciar los diferentes estilos, y así motivarlos para que asistan a las carreras subsecuentes, no sólo de un tipo sino a todas. Como las carreras de automovilismo son las que generan la mayor asistencia de público, al combinarlas se puede lograr un mayor reconocimiento por los otros, algo que resulta favorable no sólo para el deporte, sino para los organizadores de estos eventos, algo que en un futuro podría atraer a más patrocinadores y motivar a Autódromo Los Volcanes tomar las riendas de estos eventos, para así lograr que todos se realicen con el mismo y alto nivel de calidad.

- c. Promociones. Las promociones permiten incrementar la fuerza de ventas y a generar mayores ingresos y reconocimiento, ya que funcionan como un incentivo para los clientes a consumir el producto o servicio que se ofrece.

Algunas de las promociones que puede ofrecer Autódromo Los Volcanes son las siguientes:

1) Recorrido al circuito por aficionados. Esto se puede realizar por medio de un concurso, realizando rifas por medio de las entradas, las cuales cuentan con un número, y se pueden premiar a los números ganadores permitiéndoles recorrer el circuito. El recorrido se puede ofrecer de tres formas diferentes:

- Invitar a los ganadores a que suban al Pace Car, el carro que dirige la vuelta de reconocimiento antes de la iniciación de cada carrera y que acompañen a los pilotos durante la vuelta de reconocimiento.
- Darles un recorrido al circuito en los carros de competencia, siendo manejados por el piloto.
- Permiéndoles que recorran el circuito en sus propios automóviles.

2) Obsequios promocionales. Ofrecer obsequios promocionales por parte de los patrocinadores: vales de gasolina, vales de almuerzos o cenas en restaurantes, productos con el logo de las empresas patrocinadoras (plumas, llaveros, gorras, playeras, etc.), productos de las empresas, etc. Esto se puede realizar por medio de rifas.

Los obsequios promocionales también pueden ofrecidos por parte de Autódromo Los Volcanes, como plumas, llaveros, gorras, playeras, etc., con el logotipo del autódromo.

3) Bloques de construcción. Una forma de obtener ingresos adicionales y de hacer sentir al público que formen parte de este gran proyecto es la creación de una obra que se llame “Protegiendo el futuro de Autódromo Los Volcanes”, en la cual se inicie lo que se llama “Bloques de Construcción”, en la que el público puede participar comprando uno o más bloques. Cada persona patrocinaría cada bloque y estos se pueden colocar en las paredes externas de pits.

Lo que pueden ofrecer al comprar estos bloques es lo siguiente:

- La opción de diferentes tamaños del bloque.
- El nombre de la compañía o de la persona, la fecha y la firma serían grabados en el bloque.
- Publicación de los nombres de las empresas o personas que posean un bloque en una edición anual de algún periódico o revistas.

- Publicación de los nombres de las empresas o personas que posean un bloque en la página de internet de Autódromo Los Volcanes.

El precio de venta de los bloques podría variar entre \$75.00 y \$300.00, dependiendo de su tamaño.

Esta es una estrategia que permite que muchas personas se sientan parte de este proyecto y que Autódromo Los Volcanes obtenga reconocimiento.

El costo de la estrategia es el del bloque y el de la mano de obra, el cual no sobrepasa más de Q20.00, y se puede costear con el dinero obtenido por la venta del bloque.

4) Club Autódromo Los Volcanes. La creación de un club denominado Autódromo Los Volcanes, es una estrategia que atrae a seguidores del deporte de la velocidad, aficionados, entusiastas y todos aquellos que simplemente adoran la emoción y los espectáculos que ofrecen las carreras de velocidad.

Esta es otra forma de adquirir ingresos adicionales, así como reconocimiento. Al crear un club y registrarse, y el cual se puede dar a un costo mensual de Q150.00, se puede ofrecer lo siguiente:

- Tarjeta que lo acredite como miembro de Autódromo Los Volcanes.
- 10% de descuento en entradas, ofreciendo un límite de 3 entradas por persona
- 15% de descuento en el alquiler, sólo para pilotos inscritos
- Descuentos especiales en todos los eventos organizados por Autódromo Los Volcanes

Esta es una estrategia que no tiene un costo mayor, sólo el de la creación de las tarjetas, las cuales se pueden hacer de plástico o de un cartón especial, cada una numerada para la identificación de los miembros. El costo es no mayor de Q10 por unidad, lo cual es directamente cubierto por la primera mensualidad.

## VIII. CONCLUSIONES

- Autódromo Los Volcanes no puede confiar en sus servicios existentes para su éxito, ya que es evidente, por los comentarios y las opiniones del público, que deben desarrollar nuevas actividades, así como ofrecer mejores servicios dentro de sus instalaciones, porque en cualquier empresa el enfoque central de mercadeo debe ser el cliente y deben aplicar medidas estratégicas para satisfacer al cliente.
- El patrocinio de diferentes empresas es esencial para el funcionamiento de Autódromo Los Volcanes, ya que con el apoyo económico que reciben de ellas lo invierten para la mejora de las instalaciones y para cubrir ciertos gastos de los eventos que se organizan, por lo que el mercadeo de Autódromo Los Volcanes no sólo debe dirigirse a los clientes sino a empresas que tienen el potencial de ser patrocinadoras.
- Autódromo Los Volcanes tiene el potencial de crecimiento dentro del mercado de entretenimiento y deportes, ya que un gran porcentaje del mercado al que se dirige tiene interés por los eventos que realizan y cuentan con las instalaciones apropiadas y con espacio para expansión para realizar otro tipo de eventos. Además sirven como un medio para fomentar el deporte de la velocidad, lo cual es una sana diversión y un buen espectáculo.
- Una buena campaña de publicidad y su realización por los medios adecuados, que siempre estén dirigidos al mercado objetivo, como correo electrónico, internet, periódico y televisión, es la estrategia principal para lograr atraer al público y hacerles conocer acerca de las actividades y eventos de Autódromo Los Volcanes.
- Las promociones durante y fuera de los eventos, como obsequios y premios, son un incentivo que motiva a las personas a adquirir un servicio una y otra vez, por lo que Autódromo Los Volcanes lo debe implementar con mayor frecuencia.

## IX. RECOMENDACIONES

- Para llevar a cabo las estrategias sugeridas es muy importante que se realice un plan de trabajo con todas las actividades que se deben realizar, así como asignar responsabilidades, para asegurar que se cumplan con los objetivos establecidos.
- Para asegurar el funcionamiento de las estrategias deben llevar a cabo mediciones de los resultados, métodos de control y evaluación, que les permitirá saber si se han cumplido los objetivos. Esto lo pueden determinar por medio de encuestas, preguntando al cliente sus opiniones, así como también lo pueden determinar con los resultados de ventas y asistencia del público, comparando con los resultados antes de la aplicación de las estrategias.
- La mejora en las instalaciones así como en los servicios que ofrecen, y la realización de diferentes y variedad de eventos, son lo que les va a permitir crecer dentro del mercado, por lo que deben estar conscientes de que espacio para mejorar siempre existe y no caer en la trampa de que por no contar con competencia directa no se deben preocupar por ofrecer siempre calidad, ya que el cliente es lo que exige.
- Hagan de Autódromo Los Volcanes un centro recreacional, diversificando los eventos, desde aquellos relacionados con el deporte de la velocidad, hasta de otro tipo, como conciertos, ferias, parque de entretenimiento, etc. Promuevan a Autódromo Los Volcanes no sólo a la gente guatemalteca, sino a los turistas que visitan Guatemala, y así convertirlo en un centro de atracción.

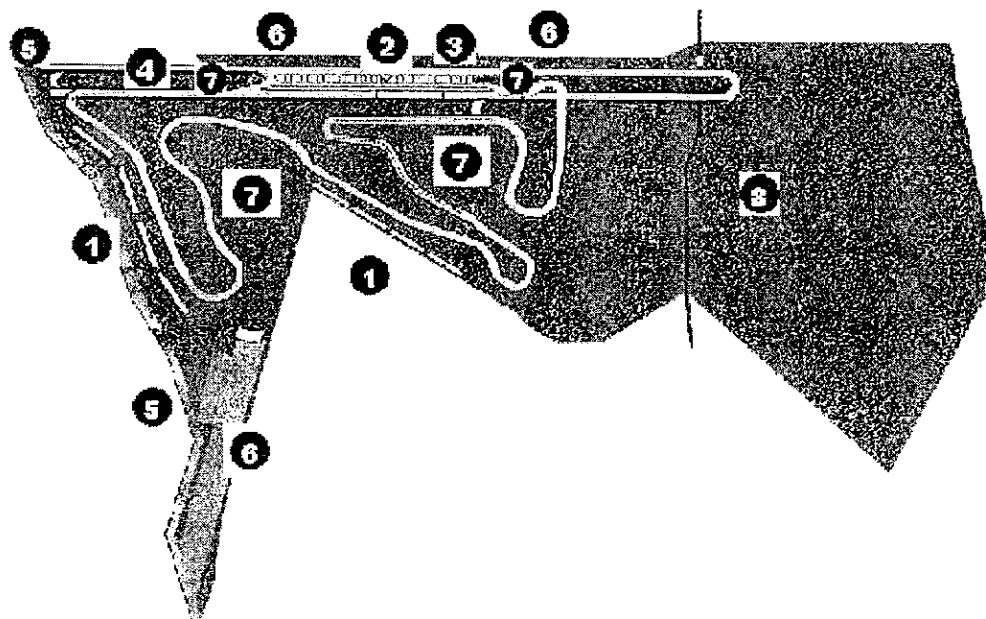
## X. BIBLIOGRAFÍA

1. Caro, Jaime. *¿Cómo será el mercado de su negocio en internet?* <http://www.interfaz.com>
2. Carrillo, Eddy. 2003. *Wise Racing Magazine*. Año 2, No. 17. [Guatemala]}
3. Czinkota, Michael R, y M. Kotabe. 2001. *Administración de Mercadotecnia*. México, Thomson Learning. 600 págs.
4. Fisher, Donna. *Word-of-Mouth Marketing Fuels Success*. <http://www.donnafisher.com/>
5. Guiltinan, Joseph P. y G.W. Paul. 1994. *Administración de marketing*. México, McGraw-Hill. 576 págs.
6. Guiltinan, Joseph P.; G.W. Paul y T.J. Madden. 1998. *Gerencia de Marketing*. Colombia, McGraw-Hill. 470 págs.
7. *How to write a marketing plan*. <http://www.thewritemarket.com>
8. <http://www.17punto65.com>
9. <http://www.autodromodetocancipa.com>
10. <http://www.autodromolosvolcanes.com>
11. <http://www.circuitcat.com>
12. <http://www.diccionario.com>
13. <http://www.grandprix.com>
14. <http://www.guate2night.com>
15. <http://www.guateracing.com>
16. <http://www.guatexsports.com>
17. [http://www.hockenheimring.co.uk/index\\_1.html](http://www.hockenheimring.co.uk/index_1.html)
18. <http://www.magnyf1.com>
19. <http://www.malaysiangp.com>
20. <http://www.teamtexas.com>
21. <http://www.touringcarclub.com>
22. <http://www.zongallo.com>
23. *Importancia del plan de la empresa*. <http://www.promoredex.com>
24. *Maketing Mall*. <http://www.onlinewbc.gov>

25. McCune, Jenny. *Sports sponsorships can be your company's winning play*  
<http://www.bankrate.com/>
26. Mendoza, Álvaro. *Estrategias de mercadeo en línea*. <http://www.soluwebcolombia.com/>
27. *Pop Up Marketing Info*. <http://www.popupmarketing.info>
28. Stanton, William J.; M.J. Etzel y B.J. Walker. 2000. *Fundamentos de marketing*. México, McGraw-Hill. 707 págs.
29. Vidal, Leonel. *Mercadeo para Microempresas: 50 ideas no convencionales*  
<http://www.gestiopolis.com>

## XI. APENDICES

### A. Plano de Autódromo Los Volcanes



1. Graderios
2. Torre de control
3. PITS
4. Área VIP
5. Ingreso
6. Área de parqueo
7. Kioscos de comida
8. Futura ampliación:
  - Competencias vehículos todo terreno
  - Motocross
  - Conciertos/eventos

## B. Formato de encuesta: Determinación del mercado meta

### UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Esta encuesta es parte de un estudio que se está realizando dentro del curso de Mercadeo de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad Del Valle de Guatemala, con el propósito de desarrollar un Plan de Mercadeo para el Autódromo Los Volcanes. Su información será de enorme utilidad para el estudio.

FECHA: 21 de septiembre

6ta fecha Campeonato Nacional de Automovilismo y Copa Yaris-Havoline

1. SEXO      F       M

2. EDAD

|         |         |         |         |         |         |         |         |         |     |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----|
| 15 - 20 | 21 - 25 | 26 - 30 | 31 - 35 | 36 - 40 | 41 - 45 | 46 - 50 | 51 - 55 | 56 - 60 | 60+ |
|         |         |         |         |         |         |         |         |         |     |

3. ¿EN QUÉ ZONA VIVE? \_\_\_\_\_

4. ¿POR QUÉ MEDIO SE ENTERÓ DE ESTE EVENTO?

|              |  |
|--------------|--|
| Siglo XXI    |  |
| Prensa Libre |  |
| Amigos       |  |
| Televisión   |  |
| Cable        |  |
| Radio        |  |
| Volantes     |  |
| Otro         |  |

5. ¿CUÁNTAS VECES HA ASISTIDO A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

|             |  |
|-------------|--|
| Primera vez |  |
| 2 - 3       |  |
| 4 - 5       |  |
| 5 +         |  |

6. ¿HA ASISTIDO A OTRO EVENTO EN AUTÓDROMO LOS VOLCANES? SI  NO

Si respondió SI, ¿CUÁL? \_\_\_\_\_

7. ¿CUÁL ES SU OPINIÓN SOBRE LAS INSTALACIONES Y SERVICIOS DE AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

| FACTORES                        | CALIFICACION |       |         |      |        |
|---------------------------------|--------------|-------|---------|------|--------|
|                                 | Excelente    | Bueno | Regular | Malo | Pésimo |
| 1. Instalaciones                |              |       |         |      |        |
| 2. Parqueo                      |              |       |         |      |        |
| 3. Comidas / bebidas            |              |       |         |      |        |
| 4. Precios de comidas / bebidas |              |       |         |      |        |
| 5. Baños                        |              |       |         |      |        |
| 6. Precios de entradas          |              |       |         |      |        |
| 7. Organización del evento      |              |       |         |      |        |
| 8. Promoción del evento         |              |       |         |      |        |

8. COMENTARIOS O SUGERENCIAS \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

9. INDIQUE EL GRADO DE INTERÉS QUE USTED LE ASIGNA A CADA EVENTO, DE 1 a 3, SIENDO 1 EL DE MAYOR INTERÉS Y 3 EL DE MENOS INTERÉS.

Automovilismo \_\_\_\_\_

Go-karts \_\_\_\_\_

Motos \_\_\_\_\_

10. ¿QUÉ OTROS EVENTOS LE GUSTARÍA QUE SE LLEVARAN A CABO AN AUTÓDROMO LOS VOLCANES?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### C. Formato de Encuesta: Análisis de Mercado Meta

**UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA  
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

Esta encuesta es parte de un estudio que se está realizando dentro del curso de Mercadeo de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad Del Valle de Guatemala, con el propósito de desarrollar un Plan de Mercadeo para el Autódromo Los Volcanes. Su información será de enorme utilidad para el estudio.

1. SEXO      F                   M

1. EDAD

|                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 18 - 25                  | 26 - 33                  | 34 - 42                  | 43 - 50                  | 51 - 60                  | 60+                      |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

3. ¿HA ASISTIDO A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?      SI       NO

SI SU RESPUESTA FUE "SI" CONTINÚE REPONDIENDO LA PARTE A, SI SU RESPUESTA FUE "NO" CONTINÚE RESPONDIENDO LA PARTE B

**PARTE A**      (Responda esta parte sólo si ha asistido a Autódromo Los Volcanes)

4. ¿CUÁNTAS VECES HA ASISTIDO A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

1 - 3 veces       4 - 6 veces       7+

5. ¿A QUÉ EVENTO HA ASISTIDO?

|                           |                          |
|---------------------------|--------------------------|
| Carreras de automovilismo | <input type="checkbox"/> |
| Carreras de Go-karts      | <input type="checkbox"/> |
| Carreras de motos         | <input type="checkbox"/> |
| Otros                     | <input type="checkbox"/> |

6. ¿A QUÉ ÁREA HA ASISTIDO?      Terraza \_\_\_\_\_      Paddock \_\_\_\_\_

General \_\_\_\_\_      VIP Volvo \_\_\_\_\_

7. ¿POR QUÉ MEDIOS SE HA ENTERADO DE LOS EVENTOS?

Siglo XXI \_\_\_\_\_      Prensa Libre \_\_\_\_\_      Televisión \_\_\_\_\_

Cable \_\_\_\_\_      Radio \_\_\_\_\_      Volantes \_\_\_\_\_

Amigos \_\_\_\_\_      Otros \_\_\_\_\_      Especifique \_\_\_\_\_

## 8. ¿QUÉ LO MOTIVA A ASISTIR A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

Competencia \_\_\_\_\_ Precios \_\_\_\_\_

Promoción y publicidad \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_ Especifique \_\_\_\_\_

9. SEGÚN EL GRADO DE PREFERENCIA, ASIGNARLE UN VALOR A CADA EVENTO, DE 1 a 3, SIENDO 1 EL DE MAYOR PREFERENCIA Y 3 EL DE MENOR PREFERENCIA. NO REPETIR LOS VALORES.

Automovilismo \_\_\_\_\_ Go-karts \_\_\_\_\_ Motos \_\_\_\_\_

## 10. ¿CUÁL ES SU OPINIÓN GENERAL ACERCA DE AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

| Excelente | Bueno | Regular | Malo | Pésimo |
|-----------|-------|---------|------|--------|
|           |       |         |      |        |

Comentario o sugerencia \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## 11- ¿QUÉ OTRO EVENTO LE GUSTARÍA QUE SE LLEVARA A CABO EN AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

## 12. ¿PIENSA ASISTIR DE NUEVO A AUTÓDROMO LOS VOLCANES? SI \_\_\_ NO \_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**PARTE B** (Responda esta parte sólo si NO ha asistido a Autódromo Los Volcanes)

## 13. ¿POR QUÉ RAZÓN NO HA ASISTIDO A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

No se ha enterado \_\_\_\_\_

Muy lejos \_\_\_\_\_

Precios \_\_\_\_\_

No le gustan los  
eventos que se realizan \_\_\_\_\_

Falta de tiempo \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_ Especifique \_\_\_\_\_

14. ¿CUÁL ES EL MEJOR MEDIO PARA ENTERARLO ACERCA DE LOS EVENTOS QUE SE REALIZAN EN AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

Periódico \_\_\_\_\_ Televisión \_\_\_\_\_ Radio \_\_\_\_\_  
Volantes \_\_\_\_\_ Internet \_\_\_\_\_ Revistas \_\_\_\_\_  
Correo \_\_\_\_\_ Correo electrónico \_\_\_\_\_

15. ¿LE GUSTA EL DEPORTE DE LA VELOCIDAD? SI \_\_\_\_\_  
NO \_\_\_\_\_  
REGULAR \_\_\_\_\_

16. ¿QUÉ LO MOTIVARÍA A ASISTIR A AUTÓDROMO LOS VOLCANES?

Mayor publicidad y promociones \_\_\_\_\_  
Mejores precios \_\_\_\_\_  
Mayor información acerca de los eventos a realizar \_\_\_\_\_  
Un alto nivel de competencia \_\_\_\_\_  
Otro \_\_\_\_\_

Especifique \_\_\_\_\_

17. COMENTARIOS O SUGERENCIAS \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## XII. GLOSARIO

**Autódromo** Circuito o pista de carreras y pruebas para automóviles o cualquier vehículo sobre ruedas.

**Automovilismo** Automovilismo es el deporte en el cual automóviles especialmente diseñados y modificados compiten en cualquiera de varios circuitos o autódromos.

**Categoría Clásicos Deportivos** Categoría conformada por vehículos de producción hasta el año de 1976.

**Categoría Fórmula Jaguar** Categoría conformada por vehículos de carrera de producción limitada, con chasises tubulares, suspensión completamente ajustable, llantas tipo slick, motor de 1,600 centímetros cúbicos y modificados bajo una misma regulación.

**Categoría Iniciación** Categoría conformada por vehículos con mínimas modificaciones, como filtro de aire, escape sin silenciador, suspensión recortada, etc.

**Categoría Modificada** Categoría conformada por vehículos específicamente diseñados o contruidos únicamente para competencias, la mayoría con chasises tubulares, con un rango de peso de 1,500 a 3,000 libras y un rango de caballaje de 150 a 700 caballos.

**Categoría Super Street** Categoría conformada por vehículos de turismo modificados para competencia, con llantas radiales de turismo y un motor restringido a 2000 centímetros cúbicos.

**Categoría Super Turismo** Categoría conformada por vehículos de turismo modificados para competencia, que tienen llantas radiales de alto rendimiento para competición y con un motor restringido de 2000 cm<sup>3</sup>.

**Cuarto de milla** Prueba de potencia del ámbito deportivo en el cual el proceso se cumple sobre en una recta totalmente pavimentada, demarcada en sus extremos por sectores de largada y un amplio espacio para el frenado, donde se pone a correr autos de la misma categoría y cuyo objetivo es conseguir el menor tiempo posible en una distancia de 402 metros.

**Kartismo** Deporte motorizado cuyo nombre parte de la denominación de "Kart", el cual es un pequeño automóvil monoplaza, con motor de dos tiempos de poca cilindrada y sin suspensión ni carrocería.

**Motociclismo** Deporte que se practica con motocicleta, en diferentes modalidades.

**Motocross** Competición deportiva de motociclismo a través de un terreno accidentado

**Paddock** Lugar donde se instalan los participantes de una carrera automovilística, separados del público: en el paddock se ultimaban los últimos detalles.