

**UNIVERSIDAD  
PANAMERICANA®**

**FACULTAD DE INGENIERIA**

**GANGA MOTOS**

Caso que presenta:

**CESAR ARMANDO RAMIREZ BARBA**

Para obtener el grado de

**MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE LA CAENA DE VALOR con  
Reconocimiento de Validez Oficial de estudios de la S.E.P., según acuerdo  
Nº 20081720 de fecha 8 de septiembre de 2008.**

**Director del Caso:**

**Ing. Álvaro Salinas Figueroa**

**AGUASCALIENTES, AGS; NOVIEMBRE DEL 2019**

## Índice

## Contenido

INTRODUCCIÓN.....	4
DOBLE-PROPÓSITO LIGERAS.....	6
DOBLE-PROPÓSITO MEDIANAS .....	6
DOBLE-PROPÓSITO PESADAS O MAXI-TRAIL.....	6
EQUIPAMIENTO .....	7
INTELIGENCIA DE MERCADO.....	7
GANGA MOTOS.....	7
LIDER EN MOTOS.....	8
VENTAS DE MOTOCICLETAS EN MÉXICO .....	10
ALGUNAS MARCAS EN MÉXICO DE MOTOCICLETAS.....	11
Aprilia, Benelli, Beta, BMW, Buell, Carabela, Clipic, Derby, Ducati, Honda, Italika, Kawasaki, KTM, Kurazai, Malaguti, Moto Guzzi, Suzuki, Triumph, Yamaha Izuka.....	11
PRECIO MOTOS.....	31
BIBLIOGRAFIA.....	32
OPERACIÓN.....	33
DEFINIR RANGO DE PRECIOS PARA CADA PRODUCTO SELECCIONADO .....	33
EL MERCADO OBJETIVO.....	34
DETERMINAR ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADO .....	34
LO QUE BUSCA GANGA: .....	35
DETERMINAR LOS IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN.....	36
IDENTIFICAR COSTO DE PRODUCCIÓN O PRECIO DE PLANTA DE LA MARCA. (EXW / FOB) .....	36
IDENTIFICAR CARACTERÍSTICAS DE EMPAQUE. ....	37
DETERMINAR VOLÚMENES LOGÍSTICOS EN FUNCIÓN DE CARACTERÍSTICAS DE EMPAQUE.....	37
DEFINIR MEDIOS DE TRANSPORTE, TIEMPOS Y COSTOS .....	37
DEFINIR ESTRATEGIA DE IMPORTACIÓN, ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN. .....	37
ESTABLECER TIPO DE CAMBIO MXP / USD CON PROYECCIÓN A 1 AÑO .....	38
ESTRUCTURA OPERACIONAL.....	38
COMERCIAL/ MARKETING .....	39

SELECCIONAR CANALES DE DISTRIBUCIÓN (EMPRESAS ESPECÍFICAS).....	39
IDENTIFICAR CONDICIONES DE PAGO / CRÉDITO.....	39
ESTABLECER ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA .....	39
DETERMINAR MEDIOS PUBLICITARIOS PARA DAR A CONOCER LA MARCA AL MERCADO OBJETIVO. ....	40
DETERMINAR “MENSAJE” HACIA EL MERCADO.....	40
DETERMINAR ELEMENTOS DE APOYO COMO EXHIBIDORES, PROMOCIONES, DESCUENTOS, ETC.....	40
FINANCIERO .....	41
CONCLUSIONES.....	42

Biblioteca Aguascalientes

## INTRODUCCIÓN

- “GANGA” es una empresa del país “India” dedicada a la fabricación de “motos”
- Actualmente distribuye sus productos en “Países del continente Asiático”
- Usted ha sido contratado con un 50% más de su paquete anual de compensación actual, para desarrollar el mercado mexicano, por lo cual usted deberá establecer el plan de acción para penetración del mercado, posicionamiento de la marca y realizar el Plan Estratégico de Negocios para el año 2020.

Doble propósito es una clasificación de motocicletas que pueden funcionar en caminos secundarios, pistas, calles o carretera tanto pavimentados como no pavimentados. Esas motocicletas están diseñadas para competir en un segmento donde las motos destacan por su polivalencia y en sus orígenes servían tanto para ir por asfalto como por tierra. Aunque hay algunos modelos que todavía conservan esta dualidad, la mayoría se encamina cada vez más al asfalto...

El concepto de una motocicleta versátil para carretera como para fuera de ella es tan antiguo como el motociclismo en sí. La mayoría de las carreteras estaban todavía sin pavimentar cuando las primeras bicicletas motorizadas aparecieron alrededor de 1900. En cierto sentido, todas las motocicletas en ese momento eran duales, destinadas a ser utilizadas tanto en pavimento, así como fuera de él. Los anuncios en la década de 1920 muestran motocicletas en caminos de tierra, levantando nubes de polvo. Para 1940, la mayoría de las carreteras en los países desarrollados estaban pavimentadas y las motocicletas se habían vuelto más pesadas y más orientadas a la calle. En los años 1950 y 1960, los fabricantes británicos como Triumph y BSA ofrecieron versiones de sus motocicletas de calle relativamente ligeras con tubos de escape alto, y les llamaron scramblers.

A Yamaha se le puede acreditar de reavivar el interés popular en las fuera de pavimento que también podría ser montadas en la calle. En 1968 se presentó el gran éxito DT-1 sobre la base de un motor 250cc de dos tiempos. Otros fabricantes siguieron pronto con modelos similares llamados "enduro". Estas máquinas ligeras eran buenas en lodo, tierra y adecuadas en el pavimento.

Durante los siguientes 20 años, los fabricantes comenzaron a producir motocicletas "doble propósito" más pesadas y basadas en motores de cuatro tiempos, ya que buscaron mejores combinaciones de peso-potencia, durabilidad, rendimiento y comodidad. Las máquinas más pesadas eran menos populares entre los "verdaderos" corredores de cross, que comenzaron a modificarlas para crear máquinas para fuera de la carretera, más ligeras y más competitivas.

Los fabricantes utilizan varios nombres diferentes para sus modelos de doble propósito. Suzuki utiliza DualSport para describir sus productos. Kawasaki describe su oferta como doble propósito, Honda las llamaba "Off-road" o fuera de carretera, y otros fabricantes la describían como enduro, o simplemente la lista como los números de modelo. Algunos modelos se describen como "motos de aventura". A pesar de estas diferencias en la terminología, estos modelos pueden ser descritos como dual-sport, que son motocicletas de calle legales que pueden ser operados en el pavimento, caminos de tierra y senderos. Motocicletas doble propósito son la opción más práctica en las zonas rurales en muchas partes del mundo, y al viajar por senderos sin pavimentar.

Términos como doble-propósito, enduro y moto aventura son descripciones comerciales o de "marketing", no tiene definiciones estrictas de peso, potencia, y el uso previsto. Por ejemplo, el doble-propósito ligera ofrecida por Suzuki en 2008 pesa alrededor de 110 kg. (250 libras) y tiene un pequeño motor monocilíndrico con apenas suficiente potencia para su uso en carretera. Las doble-propósito más pesados ofrecidos también por Suzuki en 2008 pesaban alrededor de 210 kg y tiene un gran motor de dos cilindros con un suficiente potencia para viajes largos en autopista rutas secundarias. Por lo tanto, es necesario referirse a los fabricantes y los modelos para determinar, según el uso requerido o deseado, las características particulares del modelo.

Estas motocicletas son generalmente ligeras y potentes, a expensas de una vida útil menor y mayor mantenimiento. Este es el enfoque de algunos fabricantes europeos como KTM y Husqvarna. Otros fabricantes comienzan desde cero en el diseño de un nuevo modelo pensándolo para una conducción específica, tanto fuera como dentro de la carretera. Estas motocicletas son generalmente más pesadas y más duraderas que los modelos derivados de las "off-road". Este es el enfoque, de por ejemplo Aprilia, BMW, Honda, Suzuki, Yamaha y Kawasaki. Varios fabricantes modifican motocicletas de carretera para que sean más manejables como

motocicletas de monte. Estas motocicletas son, por lo general, más adecuadas para asfalto que para fuera de él.

Las Doble-propósito pueden agruparse por peso y el propósito previsto (más pavimento o menos pavimento).

### **DOBLE-PROPÓSITO LIGERAS**

En un rango de 110 a 140 kg. (250-300 libras). Tienen guardabarros y distancia al suelo altos, además la suspensión que es en general de largo recorrido, y montan de serie neumáticos de tierra agresivos conocidos como "knobbies" (o con tacos). Son las más cercanas a motos de "cross" puras y son más adecuadas para los senderos difíciles y caminos de tierra con ocasionales incursiones en pavimento. Como ejemplos las Itálicas DM150 y DM200.

### **DOBLE-PROPÓSITO MEDIANAS**

En un rango de 140 a 160 kg (300-350 libras). Por lo general tienen menos recorrido de la suspensión y distancia al suelo, y vienen a menudo de serie con neumáticos que ofrecen un comportamiento dual, dentro y fuera de carretera en una proporción 60% (dentro) 40% (fuera). Las medianas se sienten muy a gusto en senderos suaves, caminos de tierra pero también están graduadas para pavimento. Ejemplos de ellas son las Kawasaki KLR650 y la Yamaha XT 600Z Ténéré.

### **DOBLE-PROPÓSITO PESADAS O MAXI-TRAIL**

Pesan más de 160 kg. (350 libras). Están diseñadas principalmente para los pilotos que quieren realizar viajes de largas distancias en carretera con incursiones ocasionales en caminos de tierra. Por lo general vienen con neumáticos suaves que funcionan mejor en el pavimento 90% (dentro) 10% (fuera). Estas Motocicletas, cada vez más, vienen preparadas para un subconjunto de pilotos que principalmente las utilizan en carreteras y muy ocasionalmente fuera de estas, ya que tienden a ofrecer posición de conducción confortables, capacidad de llevar equipaje (maletas), depósitos de combustibles grandes para recorrer largas distancias, gran cantidad de características electrónicas de conducción. Estas motocicletas son también llamados de "aventura" o "turismo de aventura" un buen ejemplo de estas es la BMW R1200 GS (referente del mercado por muchos años), o KTM 1290 Super Adventure.

Actualmente es un área de mercado en ascenso y nuevos modelos surgen, o se transforman de anteriores, que ofrecen diferentes combinaciones de características

cada año. Sin embargo, las leyes del movimiento y la inercia siempre favorecen las motocicletas Doble-propósito ligeras. Doble-propósito, por definición, deben renunciar a algo de rendimiento fuera de la carretera para su uso dentro de éstas y algunas de carretera con perfil calle para que sean conducidas en tierra. Los méritos de un modelo en particular solo pueden ser juzgados en relación con los gustos personales del dueño sobre las bondades dentro y fuera de la carretera. Los aficionados pueden argumentar los méritos de los diferentes modelos, versatilidad, doble-propósito, pueden ser alternativas deseables en comparación con las motocicletas más especializadas que solo puede ser montado en un medio ambiente.

Se puede decir que las doble-propósito son máquinas especialmente diseñadas para todo tipo de terrenos

## **EQUIPAMIENTO**

Cada día más este tipo de motocicletas vienen equipadas con más accesorios, ya sea electrónicos como complementos, para diferenciarse de sus competidoras. Sin embargo, la industria de los accesorios es muy grande y si bien las mismas marcas fabrican accesorios que se venden como opcionales (ya sea directamente en los concesionarios o diferenciando cada modelo con diferentes niveles de equipamiento.

## **INTELIGENCIA DE MERCADO**

### **GANGA MOTOS**

La marca de india ganga quiere incursionar en el mercado mexicano ya que ve un mercado potencial en México ya que se venden aproximadamente entre 700,000 y 800,000 motos las cuales la marca (Italika) que obtiene entre el 50% - 70% del mercado en ventas de motocicletas y el restante lo obtienen las empresas japonesas honda, Yamaha y Suzuki ostentan el 20% del mercado y el resto otras marcas del mercado al igual que las de lujo, de acuerdo con los organizadores del salón internacional de la motocicleta México, el aumento en las ventas se debe a la demanda de soluciones de transporte que impliquen menos gasto económico y desplazamiento más rápido.

El estado de México es la entidad donde más ha crecido el registro de motos con 496 mil 597 unidades en los últimos 10 años, el que le sigue es Jalisco con 416 mil 16 y en el tercer lugar la ciudad de México con 347 mil 851 unidades, una moto rinde 30 kilómetros por litro, en promedio, con la comparación de los vehículos más

eficientes dan 21kilometros por litro y los híbridos alcanzan un rendimiento de 28kilometro por litro aunque la ventaja que sigue teniendo el vehículo de dos ruedas llamado motocicleta sigue creciendo a paso agigantados ya que es el vehículo motorizado más accesible al mercado y un rendimiento en kilometraje excepcional no como los automóviles híbridos que tienen una alza importante en costos.

## **LIDER EN MOTOS**

Italika líder en venta de motocicletas con un 50%-70% del mercado, nos cuenta sus claves de éxito en México

### 1. Al alcance de todos

En México se venden entre 700,000 y 800,000 motos y motonetas al año, según cálculos de fabricantes y comercializadores. Desde modelos de alto desempeño que superan los 200,000 pesos, hasta motonetas de baja cilindrada, utilizadas principalmente como vehículos de trabajo. Este último es el negocio de Italika desde 2002.

La marca mexicana se ha enfocado en el segmento de entrada con unos 40 modelos diferentes, que van de los 13,000 a los 50,000 pesos. "Entramos a un segmento competido, con una oferta muy agresiva de precio", dijo Roberto Martín del Campo, director de mercadotecnia de Italika.

Para poder competir, Italika diseñó un modelo de negocio que combina ensamble local con la importación de todos los componentes desde Asia. Este sistema de manufactura es la segunda clave de su éxito.

### 2. Hecho en México. Pero con componentes asiáticos

La marca mexicana tiene una red de 30 proveedores en China, Taiwán e India y un equipo de 20 ingenieros mexicanos en China, encargados de vigilar la calidad de los componentes que llegan a la ensambladora que la firma opera en Toluca, Estado de México. Allí, 2,000 empleados ensamblan unas 500,000 unidades al año.

Aunque la firma ha tratado de desarrollar proveedores locales, el costo de los componentes es más competitivo en Asia.

"Cuando comparas los 17 millones de unidades que se producen y consumen allá cada año, contra las 700,000 unidades que se comercializan en el mercado mexicano, ves que aún estamos lejos de poder tener esa economía de escala", dijo Alberto Tanus, director general de Italika.

Cuando arrancó la planta en 2008, Italika intentó desarrollar proveedores locales. "Buscamos apoyos a nivel gubernamental para que hubiera apoyos a proveedores locales. Sin embargo, no se logró por economías de escalas", comentó Tanus.

El margen que tienen los fabricantes de motocicletas está mucho más castigado que el que obtienen las armadoras de autos. Los ingresos de BMW por la venta de sus autos en 2015 fueron 42 veces mayores a los obtenidos por sus motos, según datos de su informe anual.

"Importar componentes de Asia les permite a los fabricantes mantenerse competitivos", dice Manuel Valencia, especialista en negocios internacionales del Tecnológico de Monterrey.

### 3. Italika hasta en la sopa

La marca mexicana vende sus modelos en 300 puntos de venta, entre concesionarios propios, Liverpool y tiendas Elektra, estas últimas también propiedad de Grupo Salinas.

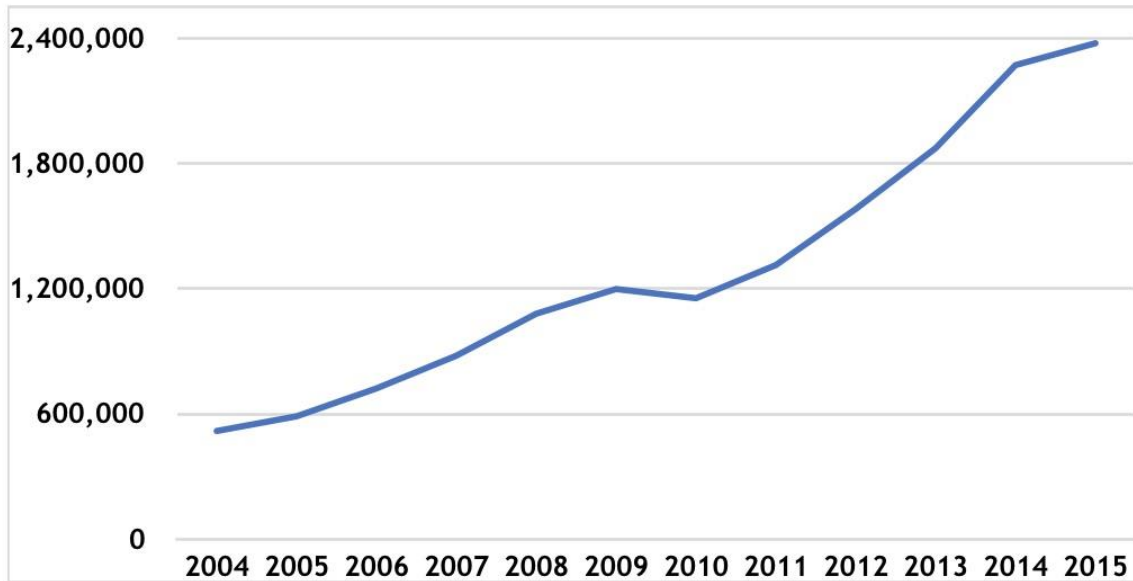
Su alcance es incluso mayor al que tienen las marcas de autos, que en promedio manejan 100 concesionarios.

La combinación de un precio bajo, con un modelo de manufactura eficiente y una amplia red de puntos de venta le han permitido dominar el mercado durante una década.

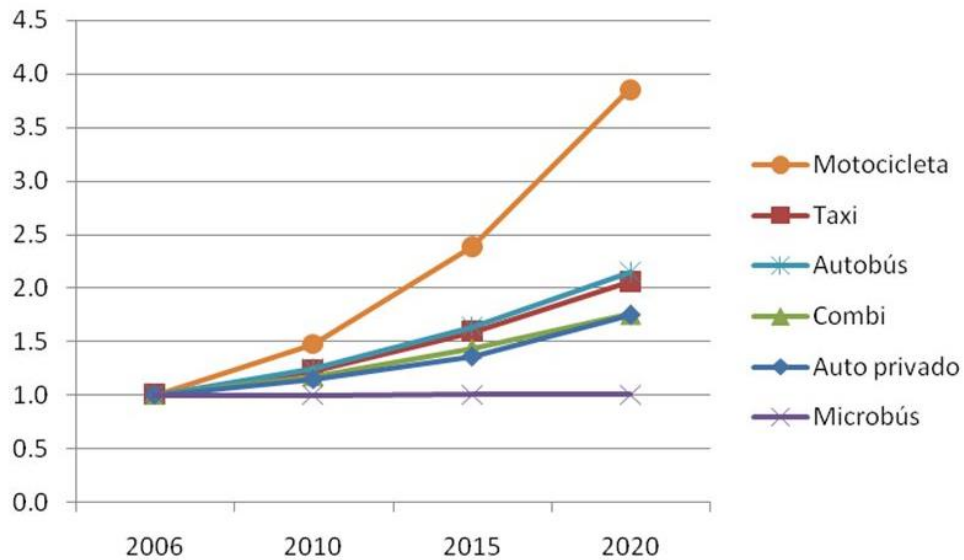
Ahora, la firma prepara su incursión en nuevos segmentos. "Nos dimos cuenta de que cuando nuestros clientes querían probar otro tipo de productos (con más equipamiento o potencia) tenían que mirar otras marcas", dijo Tanus.

Italika ya decidió lanzar una línea de motos deportivas, con modelos de 300 y 600 centímetros cúbicos, y otra de motos eléctricas.

## VENTAS DE MOTOCICLETAS EN MÉXICO



Tasa de crecimiento del parque vehicular ZMVM  
(escenario tendencial)



Fuente: Sheinbaum et al, 2009

## Crece el parque sin freno

Todos los tipos de vehículos registrados por el Inegi reportan un incremento; las motos son las que más aumentaron

### Motocicletas 916.3%



### ALGUNAS MARCAS EN MÉXICO DE MOTOCICLETAS

Aprilia, Benelli, Beta, BMW, Buell, Carabela, Clipic, Derby, Ducati, Honda, Italika, Kawasaki, KTM, Kurazai, Malaguti, Moto Guzzi, Suzuki, Triumph, Yamaha Izuka.

Precios de motocicletas de algunas marcas que se encuentran en México

MARCA	MODELO	PRECIO	IMAGEN
 <b>HONDA</b>	CGL 125 TOOL	\$22,990	
 <b>HONDA</b>	CARGO 150	\$30,490	
 <b>HONDA</b>	WAVE 110S	\$25,990	

	DIO 110	\$27,490	
	CRUISING 125	\$30,990	
	ZOOMER X	\$46,990	
	ELITE	\$37,490	
	XR 150L	\$40,990	
	XRE300	\$93,990	
	CB125F TWISTER	\$27,990	
	CB190R	\$52,990	
	CB190R REPSOL	\$56,490	
	CB250 TWISTER	\$75,990	

	CBR 250 R	\$78,490	
	CBR250 REPSOL	\$81,490	
	INVICTA CB160F	\$43,490	
	CB300R	\$12,000	
	CRF 230F	\$80,490	
	CTX700ND	\$20,500	
	GL1800 GOLD WING	\$67,500	
	NC750X	\$202,000	
	VFR1200XD	\$390,000	
	VFR800X	\$234,900	
	CBR1000RR	\$296,000	

	CBR1000S1	\$410,000	
	CBR600RR	\$235,900	
	VT1300CX	\$224,900	
	VT750C2 PHANTOM	\$199,500	
	CMX500A REBEL	\$149,000	
	VT750CS	\$195,000	
	CB500F	\$160,000	
	CB650R	\$191,000	
	CB1000R	\$270,000	
APRILIA 	RSV4 RF	\$449,500	

	TUONO 1100	\$348,500	
<p>BAJAJ</p> 	<u>AVENGER STREET 220</u>	\$37,599	
	<u>BOXER 150</u>	\$23,699	
	<u>PULSAR 200 NS</u>	\$46,199	
	<u>AVENGER STREET 150</u>	\$32,199	
	<u>PULSAR 180</u>	\$32,199	
	<u>PULSAR NS 150</u>	\$31,578	
<p>BETA</p> 	<u>RR 250</u>	\$156,000	

	<u>RR 300</u>	\$157,500	
	<u>RR 350 EFI</u>	\$169,500	
	<u>EVO 300</u>	\$145,500	
	<u>G 650 GS</u>	\$130,200	
	<u>R 1200 GS DYNAMIC</u>	\$268,000	
	<u>F 800 GS LWR</u>	\$189,100	
	<u>F 800 GT</u>	\$201,400	
	<u>C 650 GT SPECIAL EDITION</u>	\$177,900	

	<p><u>K1300 R</u> <u>DYNAMIC</u></p>	<p>\$253,200</p>	
	<p><u>K 1600 GT</u></p>	<p>\$459,500</p>	
	<p><u>K 1600 GTL</u></p>	<p>\$429,700</p>	
	<p><u>K 1300 S</u> <u>MOTORSPORT</u></p>	<p>\$340,300</p>	
	<p><u>R 1200 GS</u></p>	<p>\$250,300</p>	
	<p><u>R NINET</u></p>	<p>\$265,900</p>	
	<p><u>S 1000 RR</u></p>	<p>\$272,900</p>	
<p>CARABELA</p> 	<p><u>MILESTONE</u></p>	<p>\$26,500</p>	

 	<u>R8</u>	\$39,900	
 	<u>RP3</u>	\$19,990	
 	<u>GS4</u>	\$20,790	
	<u>SCORPION 250</u>	\$34,718	
	<u>U5 150</u>	\$20,990	
	<u>RAYO 175</u>	\$29,990	
	<u>DSSR 250</u>	\$35,765	
	<u>RENEGADA 250</u>	\$37,575	

	<u>CUSTOM</u>	\$27,551	
	<u>JESSY-R</u>	\$24,182	
	<u>CHOPPER</u>	\$27,772	
DUCATI 	<u>MULTISTRADA</u> <u>1200 S TOURING</u> <u>WHITE</u>	\$322,100	
	<u>MULTISTRADA</u> <u>1200</u>	\$340,000	
	<u>MONSTER 1200 S</u> <u>WHITE</u>	\$259,900	
	<u>PANIGALE R</u>	\$525,900	
	<u>HYPERMOTARD</u> <u>939 SP</u>	\$303,900	

	<u>MONSTER 821</u> <u>WHITE</u>	\$179,900	
	<u>STREETFIGHTER</u> <u>848</u>	\$213,900	
	<u>HYPERSTRADA</u>	\$218,900	
	<u>899 PANIGALE</u> <u>WHITE</u>	\$244,900	
	<u>DIAVEL CARBON</u> <u>WHITE</u>	\$334,900	
	<u>ELECTRA GLIDE</u> <u>ULTRA CLASSIC</u> <u>LOW</u>	\$388,900	
	<u>LOW RIDER</u>	\$254,900	
	<u>ROAD GLIDE</u> <u>SPECIAL</u>	\$347,900	










	<u>HERITAGE</u> <u>SOFTAIL</u> <u>CLASSIC</u>	\$324,900	
	<u>IRON 883</u>	\$209,900	
	<u>SOFTAIL DELUXE</u>	\$327,900	
	<u>ULTRA LIMITED</u> <u>LOW</u>	\$485,900	
	<u>STREET BOB</u>	\$239,900	
	<u>ROAD KING</u>	\$357,900	
	<u>BREAKOUT</u>	\$341,900	
	<u>V-ROD MUSCLE</u>	\$329,900	
	<u>STREET 750</u>	\$149,900	

	<u>ROAD GLIDE</u> <u>ULTRA</u>	\$467,900	
	<u>FORTY-EIGHT</u>	\$229,900	
	<u>TRI GLIDE ULTRA</u>	\$600,900	
	<u>SWITCHBACK</u>	\$264,900	
	<u>1200 CUSTOM</u>	\$171,900	
ITALIKA  <i>Siéntela, vívela, manéjala.</i>	<u>GS 150 LED ELITE</u>	\$21,499	
 <i>Siéntela, vívela, manéjala.</i>	<u>RC 150 AI</u>	\$24,442	
 <i>Siéntela, vívela, manéjala.</i>	VITALIA	\$21,999	

 <p>Siéntela, vívela, manéjala.</p>	150SZ	\$28,888	
 <p>Siéntela, vívela, manéjala.</p>	<u>WS 175</u>	\$23,999	
 <p>Siéntela, vívela, manéjala.</p>	DS150	\$24,443	
 <p>Siéntela, vívela, manéjala.</p>	<u>TC 200 B</u>	\$39,221	
 <p>Siéntela, vívela, manéjala.</p>	DM200	\$30,399	
 <p>Siéntela, vívela, manéjala.</p>	RT200	\$30,990	
 <p>Siéntela, vívela, manéjala.</p>	250Z	\$40,887	
	<u>KX65</u>	\$74,890	

 <b>Kawasaki</b>	<u>VERSYS 650 ABS</u>	\$203,604	
 <b>Kawasaki</b>	<u>Z900</u>	\$191,666	
 <b>Kawasaki</b>	<u>NINJA 300</u>	\$134,082	
 <b>Kawasaki</b>	<u>KLX 140L</u>	\$86,400	
 <b>Kawasaki</b>	<u>VULCAN 900</u> <u>CUSTOM</u>	\$207,082	
 <b>Kawasaki</b>	<u>NINJA ZX-10R</u> <u>KRT</u>	\$381,583	
 <b>Kawasaki</b>	<u>NINJA H2</u>	\$645,140	
 <b>Kawasaki</b>	<u>VERSYS X 300</u>	\$139,815	

<p>KTM</p> 	<u>200 XC-W</u>	\$152,154	
	<u>500 EXC F SIX DAYS</u>	\$187,795	
	<u>200 DUKE</u>	\$64,900	
	<u>690 DUKE R</u>	\$184,900	
	<u>RC 390</u>	\$104,900	
	<u>690 ENDURO R</u>	\$184,900	
	<u>FREERIDE 250 R</u>	\$131,135	
<p>KURASAI</p> 	<u>PARTNER</u>	\$17,700	

	<u>FIGHTER</u>	\$33,900	
	<u>SPARTHA</u>	\$27,900	
	CLASSIC	\$14,500	
	<u>DELIVERY MAX</u>	\$23,600	
	BOBCAT	\$23,000	
	BLADE	\$23,900	
	<u>YAKUZA</u>	\$33,800	
	<u>RM-X450Z</u>	\$146,990	
	<u>EN125-2A</u>	\$28,090	

	<u>BOULEVARD C50</u>	\$144,490	
	<u>BOULEVARD S40</u>	\$99,990	
	<u>GSX-R1000</u> <u>EDICIÓN</u> <u>MOTOGP</u>	\$239,990	
	<u>V-STROM 1000</u> <u>ABS</u>	\$222,990	
	<u>V-STROM 650</u> <u>ABS ADVENTURE</u>	\$188,990	
	<u>GSX-R750</u>	\$212,990	
	<u>BOULEVARD</u> <u>C90T</u>	\$229,000	
	<u>HAYABUSA</u>	\$229,000	

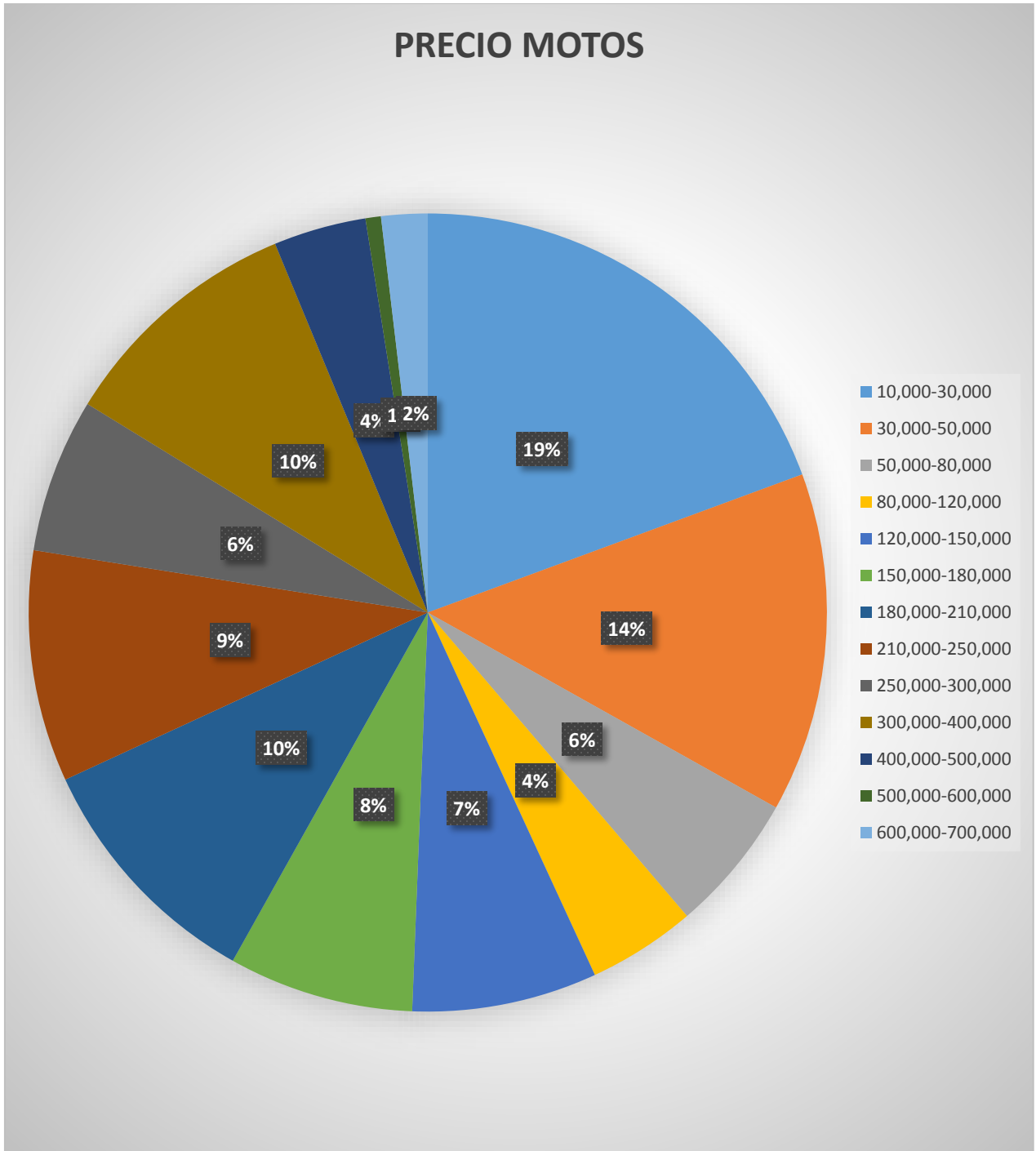
	<p><u>GZ150</u></p>	<p>\$39,990</p>	
	<p><u>DR650</u></p>	<p>\$118,990</p>	
<p>TRIUMPH</p> 	<p>TIGER 1200</p>	<p>\$320,000</p>	
	<p>STREET SCRAMBLER</p>	<p>\$229,300</p>	
	<p>SPEED TWIN</p>	<p>\$231,000</p>	
<p>YAMAHA</p> 	<p>XJ6S</p>	<p>\$122,900</p>	
	<p>YZFR15</p>	<p>\$65,999</p>	
	<p>T-MAX</p>	<p>\$178,490</p>	

 <b>YAMAHA</b>	RAY Z	\$24,999	
 <b>YAMAHA</b>	WR450F	\$151,999	
 <b>YAMAHA</b>	YBR125G	\$25,999	
 <b>YAMAHA</b>	FZ07	\$154,999	
 <b>YAMAHA</b>	WR250F	\$149,999	
 <b>YAMAHA</b>	FINO	\$28,990	
 <b>YAMAHA</b>	FZ09	\$184,999	
 <b>YAMAHA</b>	FZ6R SE	\$126,900	

 <b>YAMAHA</b>	YBR125E	\$21,999	
 <b>YAMAHA</b>	XV950 BOLT	\$174,999	
 <b>YAMAHA</b>	R15 2.0 SE	\$57,990	
 <b>YAMAHA</b>	YZF R15	\$65,999	

Biblioteca Aguascalientes

## PRECIO MOTOS



## BIBLIOGRAFIA

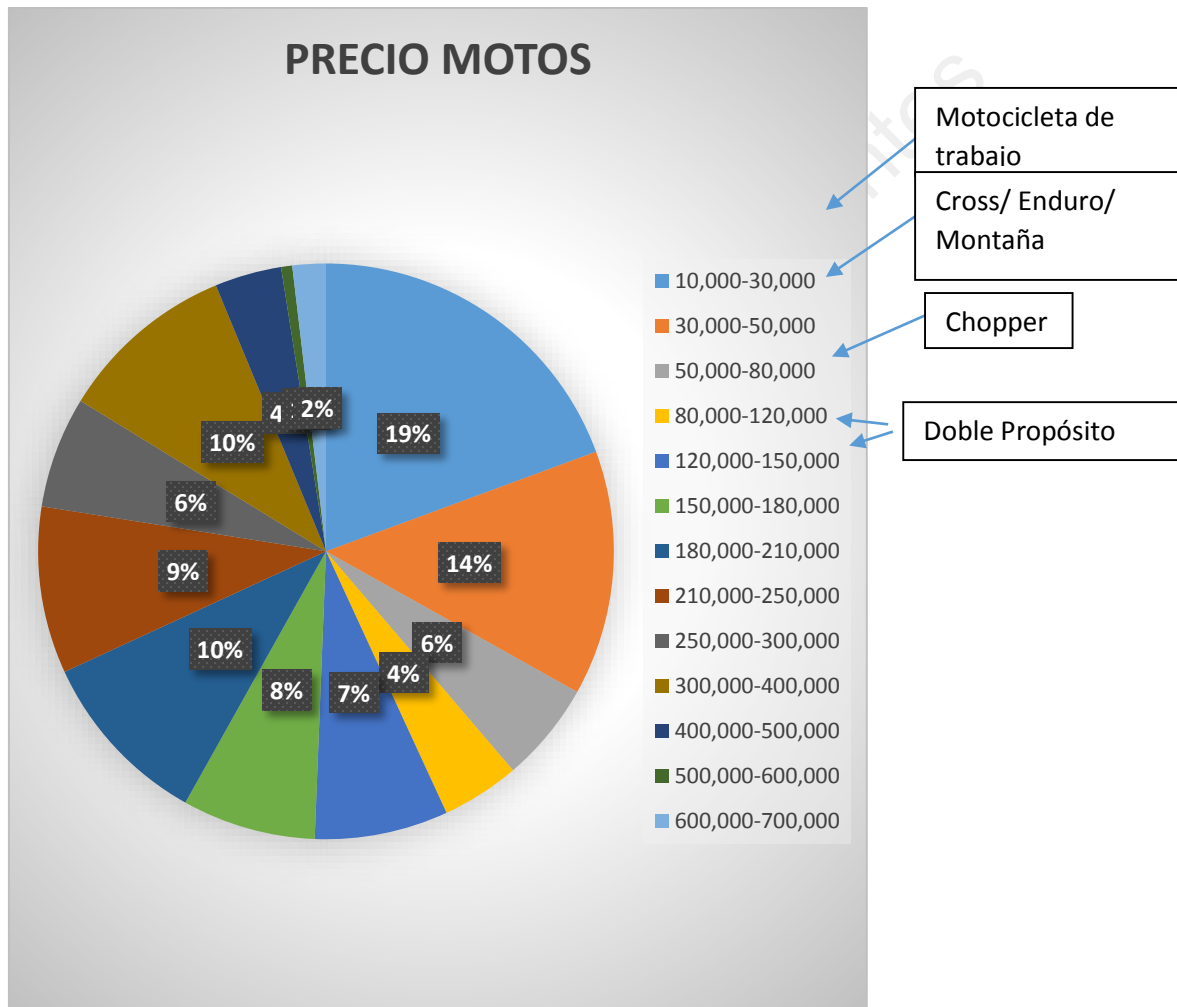
- López Lozano, Ramón (2015). MOTOcatálogo
- Xavi Garcia (2013). La senda de arena
- Motorpasion.com (2018). KTM ofrecerá control de cruceo adaptativo y avisador de ángulo muerto
- avanzed.es (2008). Todos los modelos de tipo Trail con datos técnicos, fotos y precios
- <https://www.motociclismoonline.com.mx/>
- <https://expansion.mx/empresas/2017/05/18/las-3-claves-del-exito-de-italika-en-mexico>

Biblioteca Aguascalientes

## OPERACIÓN

### DEFINIR RANGO DE PRECIOS PARA CADA PRODUCTO SELECCIONADO

Ganga motos quiere incursionar y competir en el mercado mexicano con 4 principales productos o categorías de motocicletas como con la motocicleta de trabajo, Cross/enduro o montaña, chopper y principalmente el doble propósito con dos modelos el cual:



Motocicleta de trabajo	\$10,000 - \$30,000
Cross/ Enduro/ Montaña	\$30,000 - \$50,000
Chopper	\$50,000 - \$80,000
Doble Propósito	\$50,000 - \$180,000

El segmento a atacar de ganga motos es un grupo de personas que busca una motocicleta económica, duradera de calidad y que cumpla con todas las necesidades del consumidor con cada tipo de motocicleta que ofrecerá.

El valor agregado que le daremos a la marca es de que son las motocicletas con las llantas más duraderas en el mercado y solamente ganga motos las tiene, al igual tiene un diseño único en el que tiene un sistema de enfriamiento único lo cual hace que la motocicleta este en marcha mucho más tiempo que cualquier otro competidor.

## **EL MERCADO OBJETIVO**

De acuerdo a esta cifra la marca ganga motos como inicio se tiene una proyección de desplazar anualmente entre 10,000 y 15,000 unidades.

Lo cual se estimas que es un 1.428% - 2.142% del mercado, e ir subiendo anualmente porcentualmente en ventas

## **DETERMINAR ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADO**

La estrategia que tomara ganga motos es atacar principalmente los estados con más población, al igual que por región dentro de México con la moto con llantas más duraderas en el mercado y solamente ganga motos las tiene, al igual con su diseño único en el que tiene un sistema de enfriamiento único lo cual hace que la motocicleta este en marcha mucho más tiempo que cualquier otro competidor.

Principalmente las concesionarias las maneja la misma marca ganga motos ya estableciéndose en el mercado lanzara convocatorias de concesiones para estar dentro de todos los estados del país para tener un mayor impacto en ventas y presencia en el mercado.

Puntos de venta:

- Dos sucursales en México Capital
- Un punto de venta en Jalisco
- Un punto de venta en Puebla
- Un punto de venta en Guanajuato
- Un punto de venta en Nuevo León

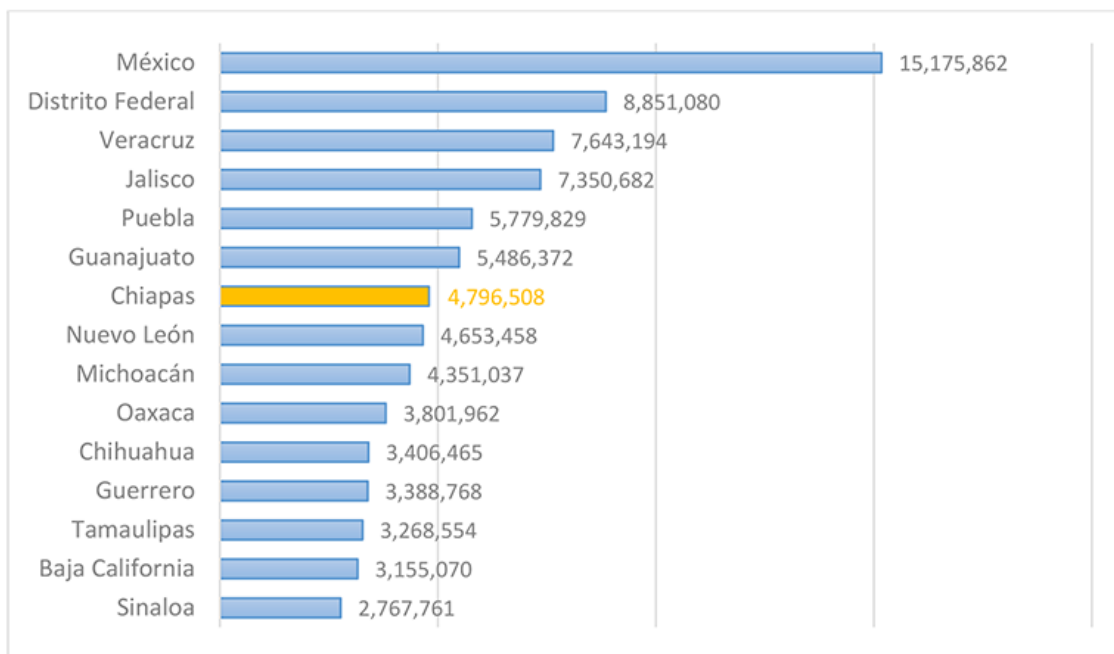
### LO QUE BUSCA GANGA:

Al alcance de todos tanto territorialmente como económicamente.

Fabricar en país de origen y ensamblar en México por costo beneficio.

Hacer una campaña de mercadotecnia muy agresiva en la que la región conozca la marca lo más rápido posible.

Gráfica 1: Población de Chiapas en el entorno nacional, 2010



Fuente: Elaboración propia con base en datos del XIII censo de población INEGI.



## DETERMINAR LOS IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN

El impuesto de importación de las motocicletas es del 20%

## IDENTIFICAR COSTO DE PRODUCCIÓN O PRECIO DE PLANTA DE LA MARCA. (EXW / FOB)

Este es el costo de producción de las motocicletas que se realizaran con todos los costos estimativos desde aduana, logística, mano de obra entre otros.

COSTOS DE PRODUCCION ANUAL
COSTO DE PRODUCCION SIN IMPUESTOS ANUAL
\$ 403,243,200.00
COSTOS DE PRODUCCION CON IMPUESTO
\$ 483,891,840.00

## IDENTIFICAR CARACTERÍSTICAS DE EMPAQUE.

El empaque que se utilizara para transportar las piezas de las motocicletas para su ensamble son cajas de madera ya que es abundante, solida, resistente aislante y cómodo al trabajar, al igual van a ir cubiertas con un permeabilizante para evitar la humedad durante el transporte.

## DETERMINAR VOLÚMENES LOGÍSTICOS EN FUNCIÓN DE CARACTERÍSTICAS DE EMPAQUE

Los volúmenes logísticos serán:

MOTO TRABAJO	1000pz
CROSS	500pz
DOBLE PROPOSITO ECONOMICA	1168pz
DOBLE PROPOSITO PREMIUM	832pz
CHOPPER	500pz
TOTAL DE UNIDADES/ PIEZAS POR MES	4000pz

## DEFINIR MEDIOS DE TRANSPORTE, TIEMPOS Y COSTOS

El modo de transporte que se utilizara para transportar las piezas para el ensamble es vía marítima por barco ya que es bastante económico y para las necesidades de la industria es la más adoc para su transportación, llegando al puerto destino se desembarcara para ponerlas en camiones de caja seca para así transportarlas vía terrestre a la planta de ensamble.

En tiempos se utilizara el barco ya que la planta de producción está diseñada para recibir materia prima cada mes ya que es el tiempo que tarda el transporte desde el puerto donde se embarca hasta su desembarque.

## DEFINIR ESTRATEGIA DE IMPORTACIÓN, ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN.

La estrategia que tomara ganga motos en el ámbito de importación es que se tendrán dos agentes aduanales una en puerto de embarque y otro en puerto destino

para así estar una continua y adecuada comunicación y evitar retrasos y costos extras de producción, distribución y almacenamiento.

El almacenamiento de las partes de las motos se almacenara en la planta de producción en el almacén de materia prima.

La distribución desde que llega al puerto se mandan vía terrestre a la planta para ensamblar las piezas para tener el producto terminado ya teniendo el producto terminado se envían vía terrestre a las diferentes agencias de motos que se tienen dentro del país para prepararlas para la venta.

### ESTABLECER TIPO DE CAMBIO MXP / USD CON PROYECCIÓN A 1 AÑO.

El tipo de cambio será en pesos Mexicanos

### ESTRUCTURA OPERACIONAL



## COMERCIAL/ MARKETING

### **SELECCIONAR CANALES DE DISTRIBUCIÓN (EMPRESAS ESPECÍFICAS)**

El canal de distribución para las motocicletas será de primer nivel existirá un fabricante, detallista y un distribuidor final en el que el fabricante ensamblara las piezas de motocicletas posteriormente se distribuirán a tiendas detallistas que son de la misma empresa que son las agencias y de las tiendas al detalle al consumidor final.



### **IDENTIFICAR CONDICIONES DE PAGO / CRÉDITO**

Ya que la misma empresa tendrá sus propias agencias de motos se dejaran a consignación.

Las agencias tendrán crédito a meses sin intereses o con intereses dependiendo la negociación con sus consumidores finales para facilitar e incrementar la venta de las motocicletas

### **ESTABLECER ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA.**

Para el posicionamiento de la marca se hará una campaña publicitaria muy fuerte para promocionar las motocicletas y posicionarlo mediante las características de las motos, en base a los beneficios, la calidad y precio que se manejara, se ofrecerán pruebas de manejo con motocicletas demo para que experimenten la sensación inolvidable de manejar una ganga motos.

Al igual se adoptara el primer año de llegada al país una modalidad de compra en la que se vende la motocicleta sin ningún accesorio y el consumidor final puede ir eligiendo los accesorios que más le gusten para que se lleve la motocicleta de sus sueños y expectativas (esta será exclusivamente en las motocicletas de doble propósito Premium ya que es la que tiene un mayor margen de ganancia).

## **DETERMINAR MEDIOS PUBLICITARIOS PARA DAR A CONOCER LA MARCA AL MERCADO OBJETIVO.**

Los medios publicitarios que se utilizaran será en ferias y exposiciones del ramo motociclista con pruebas de manejo con motocicletas demo y exponiendo la modalidad de colocar los accesorios que quiera el cliente.

Colocar mantas publicitarias o carteles en las vías con más afluencia de personas para llegar a una mayor audiencia.

Módulos en centros comerciales en meses estratégicos para generar un mayor impacto sobre la venta.

## **DETERMINAR “MENSAJE” HACIA EL MERCADO.**

La mejor moto y la mejor experiencia en un solo lugar.

## **DETERMINAR ELEMENTOS DE APOYO COMO EXHIBIDORES, PROMOCIONES, DESCUENTOS, ETC.**

Las promociones con las que introducirá ganga motos en el mercado Mexicano es la entrada en el mes de abril con un 10% de descuento al igual que en mayo con el 10%, bajas los siguientes dos meses al 5% de descuento y después ya llegando al mes de noviembre sube el descuento al 10%, al igual que diciembre y enero ya que es una época en la que hay mucho consumismo y eso nos ayudara a cumplir nuestra meta en ventas con la ayuda de promociones y descuentos.



VENTAS	\$ 726,679,200.00
COSTO DE VENTAS/ GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 483,891,840.00
UTILIDAD BRUTA	\$ 242,787,360.00
GANANCIA POR 6 AGENCIAS	\$ 402,685,176.00
UTILIDAD BRUTA	\$ 645,472,536.00
UTILIDAD ANTES DE ISR Y UTILIDADES	\$ 645,472,536.00
IMPUESTO ISR	\$ 193,641,760.80
UTILIDADES DEL TRABAJADOR	\$ 90,366,155.04
<b>UTILIDAD BRUTA NETA</b>	<b>\$ 361,464,620.16</b>

## CONCLUSIONES

El caso de “ganga motos” es una empresa de la India especialista en fabricación con las motocicletas y brindando nuevas tecnologías del ramo, ganga motos vio un mercado potencial en el país de México ya que vio que consumen bastantes motocicletas al año y se realizó un proyecto de factibilidad en la que si es conveniente o no incursionar en este mercado, al concluir el estudio de mercado se vio la gran oportunidad que brinda el país ya que ganga motos solamente pronostico un 1.428% - 2.142% en el mercado Mexicano y vio que es muy rentable el proyecto ya que para el año de 2020 se conocerá una nueva marca de motocicletas en México siendo la única en brindar ciertas experiencias que lo hará muy competitivo dentro del mercado.

La maestría y el caso me ayudo a ver un panorama en diferentes áreas en las que hay bastante desarrollo como en la cadena de valor hay bastantes cosas por hacer, y en el método del caso me enseñó que hay negocio en todos lados aunque pensemos que no hay, simplemente hay que analizar el mercado a atacar y lanzarte para obtener un cierto % de dicho mercado.

Al igual la maestría me ayudo a generar un panorama más amplio ya que tuve un salón con diferentes modos de pensar, ideas y de diferentes industrias lo cual me ayuda mucho para los proyectos personales que tenga en un futuro.