

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en La Educación



UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS, INFORMÁTICA
Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN
INSTITUTO DE EDUCACION ABIERTA
FISICC-IDEA

SEMINARIO DE MERCADOTECNIA

**Incremento de ventas del 10% de la motocicleta Yamaha Crypton T110
en el Departamento de Chimaltenango**

PRESENTADO POR:

Diana Gabriela Tobías Benavente

Carné IDE19001731

Previo a optar el grado académico de:

**LICENCIATURA EN TECNOLOGÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA
MERCADOTECNIA**

Guatemala, 17 de Noviembre de 2022

Tabla de Contenido

Introducción-----	1
Resumen Ejecutivo-----	2
Objetivos del Proyecto-----	3
Objetivos Específicos-----	3
Justificación-----	3
Fase I-----	4
Aspectos Generales de la Empresa-----	4
Antecedentes Históricos-----	4
Situación Actual-----	5
Misión-----	6
Visión-----	6
Filosofía-----	6
Objetivos Estratégicos-----	7
Producto o Servicio-----	7
Descripción del producto-----	7
Diagnóstico de la empresa-----	10
Investigación preliminar-----	10
Análisis PEST-----	13
Análisis de la definición de la actividad comercial de la empresa-----	19
Análisis de datos internos-----	19
Análisis de portafolio de la BCG-----	21
Análisis del ciclo de vida del producto-----	23
FODA y Matriz Fodal-----	24

Análisis del Micro y Macroentorno -----	25
Macroentorno -----	25
Microentorno -----	26
Análisis de la Competencia -----	27
Competencia Directa-----	27
Competencia Indirecta-----	29
Análisis de la situación del mercado-----	30
Comportamiento de la demanda-----	30
Comportamiento de la oferta-----	30
Análisis del régimen de mercado -----	31
Problema/ Oportunidad de Mercado-----	32
Descripción del problema-----	32
Síntomas del problema-----	32
Causas del problema -----	33
Soluciones propuestas -----	33
Segmentación de Mercado-----	34
Segmentación de Mercado-----	34
Mercado Meta-----	35
Posicionamiento deseado -----	35
Mercados-----	35
Cálculo del potencial del mercado -----	35
Demanda del sector-----	35
Demanda del producto -----	36
Estimación de la demanda actual -----	38
Análisis de las ventas pasadas y proyección de ventas-----	38

Fase II-----	41
Objetivos de la investigación de mercado-----	41
Objetivo General de la investigación -----	41
Objetivos Especificos -----	42
Tipo de fuentes de información a utilizarse -----	42
Datos secundarios-----	42
Datos primarios-----	43
Metodología de la investigación-----	44
Investigación por medio de encuestas -----	44
Método de contacto -----	45
Tabla de Tiempos-----	46
Diseño del instrumento -----	46
Tipo y descripción del instrumento -----	47
Cálculo de la muestra-----	52
Cálculo y selección de la muestra-----	52
Tipo de muestra -----	52
Muestreo aleatorio simple -----	52
Muestreo por conveniencia-----	53
Cálculo de la muestra-----	53
Características de la muestra-----	53
Cálculo del tamaño de la muestra-----	54
Fórmulas para el cálculo de la muestra-----	54
Trabajo de Campo-----	55
Desarrollo de trabajo de campo-----	55
Obtención de la información -----	57

Procesamiento y análisis de datos -----	57
Informe Final -----	68
Informe Final -----	68
Hallazgos y Conclusiones -----	69
Recomendaciones -----	70
Fase III -----	71
Factibilidad Técnica -----	71
Factibilidad Financiera -----	75
Conclusiones y Recomendaciones -----	91
Fase IV -----	92
Objetivos de Marketing -----	92
Objetivos generales de Marketing -----	92
Objetivos específicos de marketing -----	92
Objetivos de ventas -----	92
Objetivos de rentabilidad -----	93
Objetivos de posicionamiento -----	93
Objetivos de producto -----	94
Objetivos de precio -----	94
Objetivos de distribución -----	95
Objetivos de comunicación -----	95
Estrategias de Marketing -----	96
Estrategias competitivas o de mercado -----	96
Estrategias de crecimiento integrativo -----	96
Integración hacia adelante -----	96
Estrategia de producto -----	97

Estrategia de penetración -----	97
Estrategia de desarrollo de mercado -----	97
Producto/Servicio -----	98
Estrategias de marca -----	99
Estrategia de marca única-----	99
Modelo de Servucción -----	99
Interacción entre el cliente A y el cliente B-----	99
Personal de contacto -----	100
Entorno inanimado-----	101
La organización y el sistema invisible -----	101
Estrategia de precios-----	102
Estrategia de precios orientados a la competencia-----	102
Mantenimiento del precio frente a la competencia-----	102
Costos y márgenes de contribución -----	102
Competencia -----	104
Precios de la competencia -----	104
Percepción del precio por parte del consumidor -----	105
Precios a canales de distribución-----	106
Estrategias de distribución -----	106
Estrategia de distribución selectiva -----	106
Estrategias de comunicación -----	107
Estrategias publicitarias competitivas -----	107
Estrategias comparativas -----	107
Estrategias financieras -----	108
Estrategias promocionales -----	108

Estrategias de empuje (push strategy)-----	108
Estrategias de tracción -----	109
Estrategias extensivas-----	109
Marketing Mix -----	110
Mezcla de comunicación-----	110
Relaciones públicas -----	110
Ventas personales-----	111
Promoción de ventas -----	112
Marketing directo-----	113
Presupuesto-----	119
Piezas publicitarias -----	121
Calendarización -----	123
Conclusiones-----	125
Hallazgos-----	126
Recomendaciones-----	127
Bibliografía-----	128
Anexos-----	130
Gráficos-----	131
Tablas-----	132

Índice de Tablas

Tabla 1 Especificaciones Técnicas -----	8
Tabla 2 Chasis -----	9
Tabla 3 Análisis PEST -----	13
Tabla 4 Análisis PEST Segunda parte -----	16
Tabla 5 Análisis de Portafolio BCG -----	21
Tabla 6 FODA y Matriz Fodal -----	24
Tabla 7 Competencia Directa -----	27
Tabla 8 Pronóstico de Ventas -----	39
Tabla 9 Proyección de Ventas Primer Año -----	40
Tabla 10 Tabla de tiempos -----	46
Tabla 11 Costos Fijos -----	76
Tabla 12 Costos Variables -----	77
Tabla 13 Pronóstico Factibilidad -----	78
Tabla 14 Proyección de Ventas 2023-2027 -----	79
Tabla 15 Estado de Resultados -----	80
Tabla 16 Punto de Equilibrio -----	81
Tabla 17 Presupuesto Mensual y Anual -----	82
Tabla 18 Presupuesto anual 2025 -----	83
Tabla 19 Presupuesto Anual 2024 -----	83
Tabla 20 Presupuesto Anual 2027 -----	83
Tabla 21 Presupuesto Anual 2026 -----	83
Tabla 22 Presupuesto Anual Pesimista -----	84
Tabla 23 Presupuesto Anual Realista -----	85
Tabla 24 Presupuesto Anual Optimista -----	85
Tabla 25 Flujo de Caja -----	86
Tabla 26 TIR -----	87
Tabla 27 ROI -----	87
Tabla 28 VAN -----	88

Tabla 29 Cálculo TREMA-----	88
Tabla 30 TREMA-----	88
Tabla 31 Payback-----	89
Tabla 32 Razón Costo Beneficio-----	89
Tabla 33 Razón Margen de Utilidad Bruta -----	90
Tabla 34 Razón Margen Neto de Utilidades -----	90
Tabla 35 Costos y Márgenes de contribución-----	102
Tabla 36 Margen de contribución-----	103
Tabla 37 Pricing de la competencia-----	104
Tabla 38 Precios a canales de distribución -----	106
Tabla 39 Brief información General -----	114
Tabla 40 Brief Descripción del proyecto -----	114
Tabla 41 Brief Público objetivo o target-----	115
Tabla 42 Brief Estilos y Referencias -----	115
Tabla 43 Brief Medios-----	115
Tabla 44 Brief Presupuesto -----	115
Tabla 45 Brief Tiempos-----	116
Tabla 46 Brief Detalles Adicionales -----	116
Tabla 47 Cronograma anual de marketing -----	116
Tabla 48 Plan de medios Enero-Julio -----	117
Tabla 49 Plan de medios Agosto-Diciembre-----	118
Tabla 50 Presupuesto Anual de Marketing -----	119
Tabla 51 Planificador Mensual -----	123
Tabla 52 Desarrollo semana planificada-----	124
Tabla 53 Tipos de interés-----	132
Tabla 54 IPC Guatemala-----	132
Tabla 55 IPC Anual Guatemala -----	133

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Producto	8
Ilustración 2 Ciclo de vida del producto	24
Ilustración 3 Encuesta	48
Ilustración 4 Encuesta	48
Ilustración 5 Encuesta	49
Ilustración 6 Encuesta	49
Ilustración 7 Encuesta	49
Ilustración 8 Encuesta	49
Ilustración 9 Encuesta	50
Ilustración 10 Encuesta	50
Ilustración 11 Encuesta	50
Ilustración 12 Encuesta	50
Ilustración 13 Encuesta	51
Ilustración 14 Encuesta	51
Ilustración 15 Encuesta	51
Ilustración 16 Encuesta	51
Ilustración 17 Fórmulas	54
Ilustración 18 Fórmulas.1	54
Ilustración 19 Fórmulas .2	55
Ilustración 20 Fórmulas .3	55
Ilustración 21 Pregunta 1	58
Ilustración 22 Pregunta 2	58
Ilustración 23 Pregunta 3	59
Ilustración 24 Pregunta 4	59
Ilustración 25 Pregunta 5	60
Ilustración 26 Pregunta 6	60
Ilustración 27 Pregunta 7	61
Ilustración 28 Pregunta 8	61
Ilustración 29 Pregunta 9	62
Ilustración 30 Pregunta 10	63

Ilustración 31 Pregunta 11	63
Ilustración 32 Pregunta 12	64
Ilustración 33 Pregunta 13	64
Ilustración 34 Pregunta 14	65
Ilustración 35 Pregunta 15	65
Ilustración 36 Pregunta 16	66
Ilustración 37 Pregunta 17	66
Ilustración 38 Contenedores	71
Ilustración 39 Fabricación	72
Ilustración 40 Distribución	72
Ilustración 41 Bodega de Almacenaje	73
Ilustración 42 Patente de Comercio	74
Ilustración 43 Fórmula Punto de Equilibrio	81
Ilustración 44 Fórmula TIR	87
Ilustración 45 Fórmula VAN	88
Ilustración 46 Fórmula razón C/B	89
Ilustración 47 Fórmula Margen Bruto	90
Ilustración 48 Fórmula Margen Neto	90
Ilustración 49 Percepción del consumidor	105
Ilustración 50 Presupuesto Marketing	120
Ilustración 51 Desarrollo presupuesto Mk	120
Ilustración 52 Pieza Publicitaria 1	121
Ilustración 53 Pieza Publicitaria Post	121
Ilustración 54 Pieza Publicitaria Instagram	122
Ilustración 55 Pieza Publicitaria 2	122
Ilustración 56 Anexo 1	130
Ilustración 57 Anexo 2	130
Ilustración 58 Anexo 3	130
Ilustración 59 Gráfico de Población	131
Ilustración 60 Gráfico tipo de Interés	131

Introducción

El contenido a continuación presentado es relacionado con el seminario de mercadotecnia, basado en el incremento de ventas de un 10% de la motocicleta Yamaha Crypton T110 dentro del departamento de Chimaltenango. La información presentada es clara y concisa acerca de temas de suma relevancia que pueden ser puestos en práctica para el desarrollo efectivo de un buen proyecto, tomando en cuenta aspectos clave e importantes para evidenciar los resultados de manera exitosa. Cabe mencionar que incluye información general acerca de la marca y empresa Yamaha, desde los antecedentes de cómo nace la empresa, la situación actual de esta, y también información valiosa en lo que respecta a la misión, visión y filosofía que se tiene como empresa. Uno de los objetivos primordiales de este proyecto de seminario es poder potenciar las ventas de la motocicleta dentro del departamento, dando a conocer mucho más el producto y resaltando cada uno de los beneficios que esta ofrece al público consumidor. Como parte de las estrategias también se desarrolló un análisis de portafolio BCG para identificar los puntos fuertes y débiles de la agencia de motocicletas en cuanto a los productos que ofrece, así mismo se desarrolló un análisis PEST evaluando de manera precisa que factores pueden llegar a afectar tanto positiva como negativamente a la empresa. Este contenido representa información clara en lo que respecta a la competencia de la marca, y como tal otras marcas que compiten con un producto muy similar, en este caso motocicletas. Se muestra una segmentación de mercado clara y un mercado meta al cual se quiere dar a conocer mucho más la motocicleta. En base a una investigación de mercados, poder conocer más a fondo también cada una de las necesidades y preferencias de los consumidores. Cabe mencionar que el proyecto va ligado a una parte financiera bien estructurada y muestra también un modelo de ventas a seguir para alcanzar un mayor rendimiento. Por último, es importante mencionar que esta información presenta estrategias publicitarias y objetivos claves de marketing para darle mayor potencial a la motocicleta Yamaha Crypton T110 y posterior a ello, lograr un aumento del 10% de ventas de esta.

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de seminario de mercadotecnia está basado y relacionado de manera especial con la empresa Yamaha. Empresa que cuenta con más de 125 años de Historia que opera en la actualidad con dos compañías independientes, Yamaha Corporation y Yamaha Motor Co. Es hoy en día una referencia mundial en su sector. En el departamento de Chimaltenango la agencia de motocicletas Yamaha Chimaltenango inició sus labores en el mes de febrero del año 2007, siendo esta una agencia de distribución oficial de Yamaha Guatemala. Iniciando con la venta de motocicletas. Actualmente es una tienda 3S, que significa venta de motocicletas, venta de repuestos y soporte técnico. La agencia de motocicletas Yamaha Chimaltenango ofrece variedad de líneas de motocicletas, pero podemos mencionar la Crypton T110, una motocicleta con un motor semiautomático 4 tiempos, hace más fácil su conducción y maniobrabilidad. Ha sido construida pensando en las necesidades de negocios, entre otros. Su práctico diseño le permite tener un consumo mínimo de combustible, además de brindar mayor comodidad y equilibrio que se traducen en seguridad. La motocicleta Crypton t110 dentro de la matriz BGC es el producto vaca, ya que es un producto que cuenta con varios años dentro del mercado, posicionándose, así como un producto en un estado de madurez. Como parte del mercado meta se eligió un rango de edades entre los 28-40 años debido a que la mayoría de las personas adquieren una motocicleta para uso o transporte diario, como medio de trabajo y el diseño de esta motocicleta es unisex pero no es un modelo juvenil, por lo que la motocicleta como tal está orientada a prestar grandes beneficios tanto en facilidad de transporte como ahorro de combustible. De cierta forma el objetivo es convencer a las personas de que compren la motocicleta, mostrando los beneficios y ventajas que representa adquirirla. Así mismo con promociones de ventas atractivas al consumidor, que acaparen más la atención hacia la motocicleta Yamaha Crypton T110, ya que es una motocicleta con alto potencial, pero poco conocida por la gran mayoría dentro del departamento de Chimaltenango.

Objetivos del Proyecto

- Incrementar un 10% las ventas de la motocicleta Yamaha Crypton T110 en el departamento de Chimaltenango
- Dar a conocer la motocicleta y los beneficios que representa a los consumidores por medio de estrategias de marketing bien estructuradas
- Identificar las necesidades de los clientes potenciales y nuevos clientes
- Aplicar diferentes metodologías de investigación para recolectar datos necesarios para ser aplicados al desarrollo de dicho proyecto
- Utilizar los resultados y datos de investigación para aprovechar las ventajas competitivas que el público consumidor representa

Objetivos Específicos

- Mejorar el índice de ventas a un 10% de la motocicleta Yamaha Crypton T110 por medio de promociones de ventas atractivas al consumidor
- Orientar la motocicleta a un segmento de mercado bien definido de manera estratégica
- Crear campañas publicitarias que den a conocer mucho más la motocicleta dentro del departamento de Chimaltenango
- Intensificar la publicidad de manera persuasiva
- Captar y fidelizar a nuevos clientes

Justificación

El presente proyecto de seminario es justificado con la necesidad de poder incrementar las ventas a un 10% de la motocicleta Yamaha Crypton T110 dentro del departamento de Chimaltenango. Todo ello, mediante estrategias claras y bien estructuradas en cuanto al desarrollo de promociones de ventas atractivas al consumidor, así mismo por medio de publicidad intensificada que dé a conocer mucho más la motocicleta y los beneficios que representa adquirirla. Generando mayor expectativa en los clientes, con el fin también de poder captar y fidelizar a nuevos y potenciales clientes.

Fase I

Aspectos Generales de la Empresa

Antecedentes Históricos

La marca Yamaha toma el nombre de su fundador, el japonés Torakusu Yamaha, quien ya en 1887 construye su primer órgano musical, una habilidad artesanal que supuso el origen de un grupo corporativo y multinacional conocido hoy en día por su nivel de tecnología, capacidad de producción y ventas mundiales.

Yamaha es una empresa con más de 125 años de Historia que opera en la actualidad con dos compañías independientes, Yamaha Corporation y Yamaha Motor Co.

En 1955, Yamaha crea Yamaha Motor como empresa independiente.

Es hoy en día una referencia mundial en su sector. Con cerca de 57.000 empleados en todo el mundo, Yamaha Motor produce en la actualidad todo tipo de motocicletas, motos de agua y nieve, motores fuera borda, Quads-ATV y vehículos de campo, coches de golf, bicicletas, generadores y otras tecnologías avanzadas de uso doméstico, agrícola e industrial.

En el departamento de Chimaltenango la agencia de motocicletas Yamaha Chimaltenango inició sus labores en el mes de febrero del año 2007, siendo esta una agencia de distribución oficial de Yamaha Guatemala. Iniciando con la venta de motocicletas. Con el paso de los años el departamento de Chimaltenango se convirtió en un sector con un alto índice de comercio en general.

Debido al crecimiento del comercio y el crecimiento que como tal Yamaha Chimaltenango lograba, el 12 de Febrero del año 2017 Yamaha en conferencia de prensa, presentó el relanzamiento de la Agencia Chimaltenango la cual obtuvo una renovación total. En el acto de inauguración se contó con la presencia de los representantes de marca que entregaron al señor Nelson Tobías una placa en la que se reconocía esta agencia como una de las cinco agencias 3S, que significa Sales, Spare Parts and Service.

En el año 2018 la agencia Yamaha Chimaltenango obtuvo el primer lugar en ventas a nivel nacional, por lo que sus representantes Nelson Tobías y Diana Tobías viajaron a

Japón a la fábrica oficial a conocer mucho más sobre la marca, durante 2 semanas. Esa experiencia fue bastante satisfactoria y de aprendizaje para muchos, ya que conocer el origen de donde provienen estas motocicletas incluso la cultura de las personas y la visión que tienen da mucho de qué hablar.

Cabe mencionar que es un país que cuenta con gente bastante comprometida y responsable en cada una de las actividades que realizan también haciéndolo de forma disciplinada. Por lo cuál para Yamaha Chimaltenango fue de gran aprendizaje el poder observar con precisión todo el proceso que implica la creación de una motocicleta, desde el paso uno del ensamblaje, hasta el producto totalmente terminado, listo para poder ser comercializado.

Situación Actual

Yamaha Chimaltenango con el paso de los años ha tenido un crecimiento notable por lo que actualmente es el primer y único distribuidor dentro del departamento de Chimaltenango. Con el paso de los años se ha posicionado de una mejor manera y gracias a ello actualmente es una tienda 3S, que significa venta de motocicletas, venta de repuestos y soporte técnico. Brindando un servicio integral a cada uno de sus clientes.

Pocas tiendas a nivel nacional han cambiado de ser una agencia de motos tradicional, a convertirse en una agencia 3S. Así mismo Yamaha Chimaltenango ha expandido sus tiendas como subdistribuidores en las áreas de Patzún, Patzicía y San Martín Jilotepeque Chimaltenango.

Estas tiendas subdistribuidores han abierto paso, a poder crecer de una manera más proporcional e incrementar la fidelización de los clientes de cada área al momento de adquirir una motocicleta y posterior a ello, continuar con un servicio post venta que la marca ofrece para su beneficio y satisfacción.

La agencia de motocicletas ha sido por años una de las tiendas más grandes a comparación de otras marcas que tienen presencia en Chimaltenango. Ha logrado tener un buen posicionamiento y reconocimiento por parte de las personas, en este

caso por parte del público consumidor, debido a que la agencia y las personas que laboran dentro de esta se esfuerzan día con día para que la atención al cliente recibida y la experiencia de compra sea la mejor siempre. Cabe mencionar que es importante que los clientes se vuelvan fieles a la marca y por lo tanto a los productos. Es así mismo que en el presente año 2,022 se está realizando un proceso como tal y también una evaluación para la apertura de una segunda sucursal en el departamento para abarcar mayor mercado dentro de la zona. Esto con el fin de poder cubrir la mayor parte de zonas posibles y tener realmente presencia, ya que la marca en sí y las motocicletas tienen un alto potencial.

Misión

Ofrecer una experiencia única en el transporte, trabajo y recreación, que satisfaga no solo la necesidad del cliente con gran emoción y responsabilidad vial, si no con un servicio de postventa excepcional. Además, generar empleos dignos que beneficie a los trabajadores y contribuyan al desarrollo económico y social de nuestro departamento y por ende de nuestro país.

Visión

Ser una de las empresas más sostenibles y rentables, generando el Kando de Yamaha en nuestros productos como en nuestros servicios creando un valor de diferenciación y fidelización a nuestros clientes que buscan satisfacer una necesidad de transporte con calidad, tecnología y buen servicio.

Filosofía

Cada colaborador de Yamaha debe colocar el máximo empeño para aprender y perfeccionarse, ser atento, sincero en todos los actos, trabajar con amor y ser ágil en las acciones, valorizar la disciplina y cooperación, trayendo un espíritu incansable de

innovación y mejoría para el trabajo y, al hacerlo, ser un ciudadano constructivo, contribuyendo al bien de nuestro país y de la sociedad.

Objetivos Estratégicos

- Incrementar las ventas de la motocicleta Crypton T110 a un 10% dentro del departamento de Chimaltenango.
- Mantener el precio accesible de la motocicleta evitando un incremento notable que perjudique el crecimiento de ventas de la motocicleta dentro del sector.
- Aperturar nuevos puntos de venta o sucursales dentro del departamento de Chimaltenango.
- Establecer promociones de ventas constantes y llamativas para los consumidores y clientes potenciales.

Producto o Servicio

Descripción del producto

Crypton es una motocicleta con un motor semiautomático 4 tiempos, hace más fácil su conducción y maniobrabilidad. Fabricada y ensamblada en Japón. Crypton es una motocicleta de trabajo ya que ha sido construida pensando en las necesidades de negocios, entre otros.

Su práctico diseño le permite tener un consumo mínimo de combustible, además de brindar mayor comodidad y equilibrio que se traducen en seguridad. Es una motocicleta que recorre más, gastando menos gracias a su pequeño motor y ligeras dimensiones. Crypton es sinónimo de comodidad, agilidad y ahorro. Con más de 130 años en el mercado la marca asegura la calidad de este producto, además de ofrecer al usuario una serie de beneficios y garantías.

Una moto que resalta dentro de su categoría por sus complementos de seguridad y tecnología, y que resulta ideal para transportarse en el día a día. Esta motocicleta japonesa actualmente tiene un precio de Q13,500, disponibles en color negro, azul t rojo. La tienda Yamaha Chimaltenango ofrece una garantía de 2 años incluyendo dentro del precio de esta las placas.



Ilustración 1 Producto

Tabla 1 Especificaciones Técnicas

Especificaciones Técnicas	
Motor	4 tiempos, enfriado por aire forzado, SOHC, monocilíndrico
Cilindrada	110cc
Diámetro x Carrera	51mmx54mm
Potencia	5.1 KW (6.9PC) a 8000 RPM
Torque Máximo	7.9 NM a 5500 RPM
Arranque	Eléctrico y Pedal
Capacidad de combustible	4.2 L
Trasmisión	4 velocidades, engrane constante, cadena, semiautomática

Tabla 2 Chasis

Chasis	
Suspensión delantera	Horquilla telescópica
Suspensión trasera	Basculante con doble amortiguador
Freno delantero	Disco sencillo hidráulico
Freno trasero	Tambor
Neumático delantero	70/90 17M/C 38P
Neumático Trasero	80/90 17M/C 50P

El sistema de frenos está compuesto por un sencillo disco en la parte delantera, con una pinza de un pistón. Mientras que, en la llanta trasera dispone de un freno de tambor, suficiente para detener esta moto en las carreteras de la ciudad, teniendo en cuenta que, no desarrolla una velocidad muy altas y es liviana.

Para la amortiguación en la parte anterior sujeta unas horquillas convencionales normales, considerando que, la salpicadera tiene una extensión que permite cubrir estas barras hasta el cuerpo de la suspensión, evitando así la entrada de piedras o polvo.

Aspectos relevantes del producto:

- Fácil conducción y maniobrabilidad
- Diseño practico, disponible en negro, rojo y azul
- Consume un mínimo de combustible
- Motocicleta cómoda y segura
- Ofrece una garantía de 2 años
- De origen japonés
- Diseño unisex semiautomático

Respecto a la fabricación de la motocicleta es importante mencionar que Yamaha trabaja de manera conjunta para crear productos que se encuentran entre los mejores del mundo, mediante su constante búsqueda de calidad. Siendo estas motocicletas fabricadas en Japón.

Al mismo tiempo con estos productos, contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas en el mundo.

Desde entonces, Yamaha Motor desarrolla nuevos conceptos tecnológicos que convierten en excepcionales a sus productos. Este compromiso, ha obtenido como fruto innumerables victorias tanto en los escenarios deportivos como en los de placer y diversión; haciendo que la marca sea más atractiva y con diseños funcionales.

Esta es una motocicleta diseñada para el día a día, debido a que es una motocicleta pequeña que cuenta con grandes atributos a simple vista y cuenta con grandes beneficios a la vez. Siendo esta una moto relativamente fácil de usar, tanto para hombres como para mujeres debido a su diseño unisex. No solo es versátil sino tiene un estilo modelo, pero vanguardista la vez que la hace aún más atractiva.

Diagnóstico de la empresa

Investigación preliminar

Según los resultados en base a la experiencia de dicha investigación preliminar es necesario mencionar que actualmente la empresa y el producto como tal están en una etapa de madurez dentro del mercado.

Debido a que el producto, en este caso la motocicleta fue lanzada ya con varios años de anterioridad y por consiguiente muchas personas conocen el producto en áreas específicas, pero dentro del departamento de Chimaltenango es relativamente poco conocida y adquirida a la vez. Así mismo la competencia cuenta con diseños y características, por lo cual nuestro producto debe destacarse a simple vista por los grandes beneficios que ofrece y las ventajas competitivas que genera.

Dicha información es necesaria pues se necesita evaluar a profundidad hasta el más mínimo detalle que se necesite para conocer más a fondo las necesidades de cada

cliente en lo que respecta a la adquisición de una motocicleta, desde la forma uso que le darían, por qué la comprarían y dónde la comprarían.

Descubrir ese “porque” hoy en día es una necesidad para adaptar la motocicleta de la mano con los múltiples beneficios que ofrece, como tal a las necesidades y en ocasiones a la resolución de problemas a los que se enfrentan los clientes. La mejor opción es realizar una investigación de mercado profunda y audaz, para conocer más sobre los consumidores y cumplir con sus expectativas con la Motocicleta Yamaha Crypton, tomando en cuenta que uno de los principales problemas hoy en día es la economía de cada persona que se ve afectada por el incremento de insumos y combustible.

La competencia es el segundo problema por evaluar ya que el objetivo principal es vender más que nuestros competidores dentro del departamento de Chimaltenango y en específico dar a conocer mucho más nuestra motocicleta y aumentar las ventas de esta, debido a que se adapta a las necesidades de muchos hoy en día.

El departamento de Chimaltenango es una zona bastante comercial, por lo que día con días abren nuevos puntos de venta o sucursales de tiendas que en su mayoría son competencia. Es importante mencionar que, según los datos recabados, este año 2,022 se ha visto afectado desde un punto de vista propio de la tienda Yamaha Chimaltenango, por la competencia y otro tipo de factores relacionados.

Las ventas se han visto mucho más afectadas a comparación de los dos años anteriores. Todo ello, debido a que sí, el tiempo de pandemia fue un escalón muy grande para las tiendas de motos porque de un día para otro las ventas dieron un repunte total.

De cierta manera eso se dio debido a que muchas personas no tenían medios de transporte para llegar a sus destinos de trabajo y de una u otra forma el comprar una motocicleta era una muy buena opción. El crecimiento en cuanto a ventas durante el años 2,020 y 2,021 fue muy notorio. Lastimosamente este año ha habido factores como

incluso el incremento de combustible e incremento de muchos otros aspectos que afectan de una u otra manera la economía de las familias guatemaltecas.

Así mismo la rotación de inventarios ha estado muy variante debido a que no están ingresando los contenedores al país de manera recurrente.

Todos estos aspectos han dado como resultado que en tiendas muchas veces las motocicletas o colores más demandantes no estén disponible al público consumidor. Es por ello por lo que con esta investigación se desea identificar puntos clave y específicos a mejorar.

El poder impulsar las ventas de la motocicleta Yamaha Crypton, sería una de las mejores opciones, debido a que muchos de los consumidores buscan una opción económica y de calidad que les garantice su trabajo o transporte diario.

Yamaha Chimaltenango mantiene un lazo de relación estrecho con cada cliente, tratando la manera de no solo lograr que la experiencia de compra y el servicio al cliente que cada persona reciba sea el mejor, sino con ofrecer motocicletas que hoy en día sean de gran utilidad y que también logren superar las expectativas de los clientes en cuanto a calidad, precio, desempeño y economía.

Análisis PEST

Factor	Aspecto	Fuente	Tiempo de Impacto			Tipo de Impacto		
			Corto (1-2a)	Med (3-5a)	Largo (5-+)	Positivo	Negativo	Indiferente
P O L I T I C O	Las políticas gubernamentales juegan un papel importante en el establecimiento del entorno empresarial de una nación. Tomando el cierre de puertos al inicio de la pandemia en Guatemala.	Fuente; repositoriolegal.org	✓				✓	
	Las guerras comerciales a menudo pueden generar pérdidas para el sector privado.	Fuente: Eumed.net			✓		✓	
	Guerras políticas como la guerra existente entre Rusia y Ucrania	Fuente: Dilip Ratha			✓		✓	
	El riesgo político tiene repercusiones sobre ámbitos del comercio y la actividad económica de las empresas.	Fuente: Solunion Impulso			✓		✓	
	Estudios indican que aquellas compañías con sólidos sistemas de gobierno suelen dar mejores resultados financieros que sus competidores	Fuente: Deloitte			✓	✓		
	Un entorno político estable conduce a la estabilidad económica y, en ese entorno, las empresas pueden prosperar.	Fuente: edebe.com			✓	✓		
E C O N O M I C O	Durante los períodos de declive económico, el nivel de empleo cae, lo que lleva a una reducción del poder adquisitivo de los clientes	Fuente: Biblioteca Cacao		✓			✓	
	Guatemala tiene la oportunidad para una transformación económica, basándose en áreas prioritarias para acelerar el crecimiento productivo y sostenible.	Fuente: Banco Mundial			✓	✓		
	El impulso de un crecimiento sólido en Guatemala aumentaría la productividad y reduciría la pobreza, aumentaría las inversiones de capital humano, entre otros.	Fuente: Banco Mundial			✓	✓		
	Los bajos ingresos de un gobierno central, limitan la capacidad de inversión pública y la cobertura de servicios públicos	Fuente: Banco Mundial		✓			✓	
	La situación económica en el mundo ha cambiado, la mayoría de las economías están funcionando bien. Esto ha llevado a la gente a gastar más en vehículos de dos ruedas.	Fuente: Cepal.org		✓		✓		
	Las personas y las empresas emplean medidas de reducción de costos en períodos de fluctuaciones y, por lo tanto, las ventas y los ingresos de empresas pueden caer.	Fuente: Biblioteca Cacao			✓		✓	

Tabla 3 Análisis PEST

Análisis de Aspectos Políticos

-Las políticas comerciales y las decisiones que estas toman sobre el entorno empresarial afecta a corto plazo a las empresas que venden productos como las motocicletas, que ingresan de otros países a Guatemala, y en este caso afectan de manera negativa depende que tipo de decisiones sean, pero tomando en cuenta el cierre de puertos durante el tiempo de pandemia afecto y de hecho las irregularidades de embarques e ingreso de los contenedores al país afecta significativamente en lo que respecta al inventario que se tiene en tiendas.

-Las guerras comerciales generen conflictos y problemas a las empresas más que todo a largo plazo pueden verse afectadas directamente de manera negativa ya que estas generan perdidas, incluso aumentan los precios y eso no beneficia los negocios ni a los consumidores.

-Las guerras políticas afectan de manera directa y negativa a la empresa como tal o pueden llegar a afectar, debido a que siempre se toma en cuenta que hay retrasos de ingresos de motocicletas al país por irregularidades e incluso incremento de fletes de exportación e importación al país.

-Hoy en día el riesgo político y las repercusiones relacionadas al comercio afectan de manera que muchas veces la actividad económica de las empresas decae o se ve afectada porque existe más competencia, más conflictos y menos ventas con una economía inestable.

-Las compañías que son respaldadas por sistemas de gobierno sólidos, dan mejores resultados financieros impactando de manera positiva, el cual podría ser el caso de la empresa de Yamaha, sin embargo, el sistema de gobierno de Guatemala es inestable y poco favorecedor para muchos.

-Un entorno político estable conduce por lo mismo estabilidad económica, en el entorno y por lo tanto prosperidad en las empresas impactando de manera positiva sin embargo no es el caso de Guatemala, por lo que esto quiere decir que, por sus propios medios, las empresas deben crecer y prosperar de manera efectiva y exitosa a la vez.

Análisis de Aspectos Económicos:

-En periodos de declive económico el nivel de empleo cae lo que impacta de manera a mediano plazo y de manera negativa debido a que esto perjudica la economía de los clientes y por lo tanto las ventas disminuyen de manera significativa debido a la falta de empleo y una estabilidad que les permita no solo comprar sino mantener una motocicleta.

-Guatemala tiene la oportunidad para una transformación económica basándose en áreas prioritarias, esto impactaría de manera positiva debido a que esto generaría un crecimiento productivo y sostenible y algo relacionado a ello son los emprendimientos, los cuales son aliados como tal en la compra de motocicletas y son de nuestros principales clientes. generando así esa transformación empleo y sobre todo mayor estabilidad económica.

-Un crecimiento e impulso solido en Guatemala impactaría de manera positiva ya que nuevamente se menciona el hecho de que reduciría la pobreza y habría muchas más oportunidades de empleo, quizá personas con ya más posibilidades optarían a comprar un vehículo de dos ruedas que les permita movilizarse y pudiendo ser también su medio de trabajo.

-Los bajos ingresos de un gobierno central limitan la capacidad de inversión, afectando de manera negativa, debido a que un mal manejo y adicional una baja de ingresos podría ser un golpe duro no solo para la economía del país sino para las empresas que ofrecen productos o servicios.

-Lo que respecta a que el mundo ha cambiado en cuanto a la situación económica depende, pero hoy en día esto impacta de manera positiva ya que muchas personas han logrado tener una estabilidad que les ha permitido adquirir una motocicleta, tomándolo como un gasto justificado al trabajo realizado.

-El hecho de que las personas y empresas tomen medidas de reducción de costos en periodos fluctuantes impactaría de manera negativa tomando en cuenta que eso puede afectar las ventas de la tienda y los ingresos como tal si se toman malas decisiones.

S O C I A L	Durante el tiempo de pandemia muchos emprendedores iniciaron con propios negocios de mensajería, los principales medios de transporte y trabajo fueron las motocicletas en Guatemala.	Fuente: Prensa Libre						
	El trabajo es la fuente principal de ingreso para la mayoría de las familias, se considera como una de las prioridades fundamentales	Fuente: Gobierno de Guatemala						
	La problemática del mercado laboral guatemalteco es compleja y preocupante, tal como se puede observar en los últimos años.	Fuente: Gobierno de Guatemala						
	Guatemala es un país post conflicto marcado por la baja escolaridad, situación de pobreza y pobreza extrema a la que se enfrentan mayoría de guatemaltecos.	Fuente: Revista Real						
	En Guatemala hombres y mujeres usan como medio de transporte las motocicletas, creando un hábito de consumo, por el ahorro de combustible que generan y los beneficios .	Fuente: Prensa Libre						
	El ascenso de la clase media y la generación millennial también ha afectado a las empresas. Las preferencias de la generación millennial son muy diferentes a las de la generación baby boomer.	Fuente: Ripository.edu						
T E C N O L O G I C O	La tecnología es una de las mayores fuentes de ventaja competitiva en el siglo XXI.	Fuente: Emalonso.com						
	El papel de los factores tecnológicos se ha vuelto importante debido a cómo la tecnología puede maximizar la productividad y ayudar a las marcas a crecer más rápido.	Fuente: UTEM						
	La implementación de herramientas tecnológicas en las empresas es una necesidad estratégica en la que gran parte de organizaciones a nivel global están invirtiendo	Fuente: UTEM						
	El desarrollo tecnológico avanza a una velocidad increíble, obteniendo así ventajas competitivas con las cuales posicionarse en el mercado.	Fuente: UTEM						
	Las redes sociales han ayudado a las empresas a promocionarse con mayor eficiencia y a un costo mucho menor.	Fuente: Emalonso.com						
	El avance de la tecnología actualmente es rapido por lo que, muchos modelos de motocicletas, quedan obsoletos en muy poco tiempo.	Fuente: UTEM						

Análisis de Aspectos Sociales:

-El aspecto de que en tiempos de pandemia muchas personas emprendieron negocios ha impactado de manera positiva a la tienda de motos ya que, a raíz de ello, el crecimiento en ventas ha sido muy notorio debido a que fue y es para muchos, su instrumento de trabajo diario.

-El considerar el trabajo como una de las fuentes primordiales de ingreso para la mayoría de las personas es un aspecto que impacta de manera positiva a largo plazo ya que por medio del trabajo las personas pueden adquirir los bienes que deseen y satisfacer sus necesidades.

-La problemática del mercado laboral en Guatemala es preocupante y afecta hasta un largo plazo de manera negativa ya que esta problemática genera desempleo y por lo tanto poca actividad comercial en lo que respecta a ventas.

-El país como tal es bajo en escolaridad, tiene muchas situaciones y estados de pobreza afecta de manera muy negativa debido a que no existe un avance y crecimiento social que le permita a las familias tener un mejor nivel de vida y por lo tanto se privan de muchas cosas, afectando esto a las empresas que se dedica a la venta de productos ya que la economía decae para todos.

-En Guatemala que hombre y mujeres utilicen como medio de transporte las motocicletas impactan desde corto hasta largo plazo de manera positiva debido a que las compras aumentan y las ventas para las empresas crecen debido a que se crea un hábito de ambas partes al ofrecer un producto que genere beneficios y ahorro de combustible.

-Las preferencias de las generaciones milenial son muy diferentes a las de baby boomer que son los jóvenes actuales, esto impacta de un punto de vista positivo porque todo cambia, pero de manera negativa también porque los gustos en cuanto a productos en este caso motocicletas es más exigente.

Análisis de aspectos Tecnológicos:

-La tecnología es una fuente de ventaja competitiva en la actualidad. Este aspecto impacta desde corto hasta largo plazo de manera negativa para muchas, ya que reta a las empresas a estar relacionadas con la tecnología y generan ventajas ante la competencia, tomando en cuenta que no todas tienen todo el acceso como se quisiera.

-La tecnología maximiza la productividad y ayuda a crecer más rápido, impactando así de manera positiva a las empresas ya que en este caso al ofrecer motocicletas por medio de la tecnología y sus plataformas se pueden intensificar campañas publicitarias.

-La implementación de herramientas tecnológicas en la actualidad y el hecho de que muchas empresas estén invirtiendo en ella, afecta de manera positiva ya que anima a muchas empresas que aún no están del todo actualizadas a hacerlo para mejorar no solo procesos sino aumentar ventas de manera efectiva.

-El desarrollo tecnológico avanza a pasos grandes de velocidad, esto impacta de manera negativa ya que a muchas empresas se les es difícil adaptarse con plena facilidad al desarrollo y cambios tecnológicos, ya que todo requiere procesos y capacitaciones constantes.

-Las redes sociales han ayudado a muchas empresas, esto impacta de manera positiva ya que permiten promocionarse a un costo mejor, esto con relación a Yamaha es más que eficiente ya que constantemente se trata la manera de mantener activas y actualizadas las redes sociales para una mejor experiencia e información para los consumidores.

-El avance de la tecnología en las motocicletas impacta de manera negativa debido a que como marca y tienda Yamaha, existen muchas motocicletas que quedan en el aire en cuanto a ventas, debido a que los lanzamientos constantes y con mejoras muy notorias impactan a los clientes, aunque quizá en ocasiones esos modelos tampoco se adapten del todo bien a sus necesidades.

Análisis de la definición de la actividad comercial de la empresa

La actividad comercial como tal de Yamaha Chimaltenango, seguirá enfocada al departamento como tal y a cada uno de sus puntos extensivos, con el fin de poder mantener presencia de mercado en dicha área y como tal para poder incrementar las ventas. Todo ello se centra también en poder darle enfoque y mayor importancia a motocicletas poco conocidas en la zona para poder potenciar y resaltar de mejor manera los beneficios de adquirir dichas motocicletas.

En especial la actividad comercial de la empresa tiene como meta poder desarrollar un plan estratégico concreto que desarrolle también un plan de marketing preciso para dar a conocer la motocicleta Crypton T110 en el departamento y darle más énfasis a resaltar todos los beneficios que hoy en día esta motocicleta ofrece al público, ya que por falta de información en algunos casos no es conocida. Y todo ello por medio de actividades como promociones estratégicas de ventas, más publicidad, entre otros aspectos.

Como parte de todo ello también se tiene en mente poder aperturar nuevos puntos de venta dentro del departamento para potenciar las ventas y tener aun mayor presencia como marca y empresa. Se quiere destacar y cumplir realmente con las expectativas de los consumidores tomando en cuenta datos de ventas anteriores, para poder evaluar donde los puntos dominantes de la motocicleta Crypton y así incrementar las ventas de esta.

Análisis de datos internos

Yamaha Chimaltenango ha sido una empresa que por más de 15 años ha estado ubicada en el departamento de Chimaltenango y con el paso de los años ha ido abriendo paso a la apertura de puntos extensivos a la tienda principal en otros municipios del departamento.

Las líneas de motocicletas con las que Yamaha cuenta, muy constantemente van cambiando debido a nuevos lanzamientos, pero también se mantiene dentro del catálogo de inventario, motocicletas que tienen gran potencial. Hoy en día expectativas de los consumidores han ido cambiando a nivel general. Aun así, todo ello no ha sido

suficiente, y por ello que se ha pensado en una manera de hacer crecer más a una motocicleta en específico que es la Yamaha Crypton T110, mediante promociones de ventas atractivas al consumidor, mayor publicidad, entre otros aspectos. Todo ello con el propósito de expandir el producto y por lo tanto que aumente la demanda, posicionamiento y reconocimiento del producto dentro del segmento de mercado que está orientado al departamento de Chimaltenango y sus municipios, logrando así, un notorio y creciente aumento de ventas de dicho producto.

Dentro del análisis de datos internos, se puede mencionar el hecho de que se hizo un estudio minucioso en lo que respecta a marcas específicas, que no han logrado del todo, cumplir con las expectativas de los clientes, desde la garantía que ofrecen, hasta la variedad de colores y precios.

Todo ello llevó a evaluar los recursos, habilidades y competencias en general para hacer un mayor énfasis a nuestra motocicleta. La empresa en general llevó a cabo un proyecto de crecimiento en el que hubo un relanzamiento de la tienda física en el año 2,017, lo cual ayudó a la marca a no solo mejorar su imagen sino unificar parte de los productos junto a los servicios que ofrece.

Este cambio fue debido a que se convirtió en una agencia de venta de motocicletas, repuestos y el servicio post venta de taller de motocicletas. Dando todo ello un resultado positivo, mucho más alto de lo esperado, ya que el espacio fue mucho más abierto a contemplar y tener un inventario mayor, con variedad de colores y diseños de motocicletas, por lo tanto, el incremento de ventas fue disparado debido a que la imagen dio mucho de qué hablar e incluso la experiencia de compra cambió por completo.

En base a ese dato es que generalmente decidimos tomar la línea de motocicleta Yamaha Crypton, que tiene poco impacto en lo que respecta a las ventas, pero es una motocicleta con gran potencial, por lo que se espera que todo ello sea el inicio de un cambio como tal para la empresa respecto a un incremento de ventas notorio de esta motocicleta.

Análisis de portafolio de la BCG

Estrella - Yamaha FZS 150	Incógnita- Yamaha XTZ150
 A side view of a Yamaha FZS 150 motorcycle, featuring a black and blue color scheme with a sleek, aerodynamic design.	 A side view of a Yamaha XTZ150 motorcycle, featuring a blue and black color scheme with a more rugged, scrambler-style design.
Vaca- Yamaha Crypton T110	Perro- Yamaha YBR 125G
 A side view of a Yamaha Crypton T110 motorcycle, featuring a black and silver color scheme with a classic, upright riding posture.	 A side view of a Yamaha YBR 125G motorcycle, featuring a red and black color scheme with a classic, upright riding posture.

Tabla 5 Análisis de Portafolio BCG

La motocicleta XTZ150 es considerada el producto incógnita por ser uno de los modelos más recientes dentro de la línea de motocicletas Yamaha, siendo esta una motocicleta inyectada con alto rendimiento de combustible y con una suspensión alta en cuanto a las motocicletas scrambler. Y actualmente es una de las motocicletas que se encuentra actualmente en introducción y crecimiento constante.

La motocicleta Yamaha FZ150S es considerada el producto estrella para Yamaha Chimaltenango siendo este un producto que va en crecimiento en cuanto a su ciclo de vida y es de las motocicletas más vendidas al momento, por su estilo deportivo, innovador y tecnológico y sumamente confiable.

La motocicleta Crypton t110 dentro de la matriz BGC es el producto vaca, ya que es un producto que cuenta con varios años dentro del mercado, posicionándose, así como un producto en un estado de madurez. Esta es una motocicleta ágil, semiautomática con un diseño unisex, con un motor eficiente para el uso diario y ahorro de combustible. Poco conocida en el departamento de Chimaltenango, más sin embargo es muy bien vendida.

La motocicleta YBRG125 es considerada el producto perro dentro de la matriz BCG ya que lleva varios años dentro del mercado, más sin embargo no cuenta con un diseño renovado desde ya hace mucho años lo cual no se adapta a los gustos actuales de los consumidores por el estilo retro, de trabajo. Por tanto, es un producto que va en declive con los años, y no genera mayores ganancias como otras líneas de motocicletas de la marca.

Este análisis de portafolio BCG evidencia realmente que producto es el más y el menos vendido dentro de la tienda o agencia de motos como tal. Por medio de esta herramienta también se puede analizar de mejor manera y de manera estratégica la cartera de productos con los que cuenta Yamaha Chimaltenango, no están plasmadas dentro de este análisis todas las motocicletas, sino las más importantes de mencionar ya que aquí se pueden evidenciar que productos como se mencionó anteriormente son más rentables o tienen mayor potencial.

Por medio de este análisis sigue firme la idea de poder potenciar aún más a la motocicleta Yamaha Crypton, la cual está catalogada dentro de este análisis como un producto vaca, ya que es una motocicleta con un sinfín de beneficios que actualmente llegaría a resolver el problema de muchos y muchas en cuanto a ahorrarse gastos y de cierta forma poder utilizar un vehículo de dos ruedas que genere más economía.

Esta matriz como tal de crecimiento servirá de base para poder tomar decisiones en cuanto a determinar las mejores estrategias que ventas que ayuden a dar a conocer mucho más esta moto y por lo tanto mostrar o tener resultados positivos en cuanto al incremento de venta de esta. Ya que es una motocicleta que se encuentra en una

etapa de madurez, la cual también tiene alta cuota de mercado, pero ofrece poco crecimiento a nivel general.

Análisis del ciclo de vida del producto

La motocicleta Yamaha Crypton T110C, es una motocicleta que tiene como características principales su conducción y maniobrabilidad por su motor semiautomático de 4 tiempos. Es una motocicleta que lleva ya largos años dentro del mercado.

Es una motocicleta que, según su ciclo de vida, esta se encuentra en una etapa de madurez, ya que es un producto con un lanzamiento no tan reciente, pero ha sido muy bien recibida por los consumidores. Al estar en una etapa de madurez se caracteriza por un crecimiento moderado en cuanto a ventas e incluso su estabilidad, pero también puede resaltarse que hay un grado de estancamiento en cuanto a ventas. Dentro del departamento de Chimaltenango esta es una de las motocicletas que tiene alto potencial, pero es poco conocida por los usuarios.

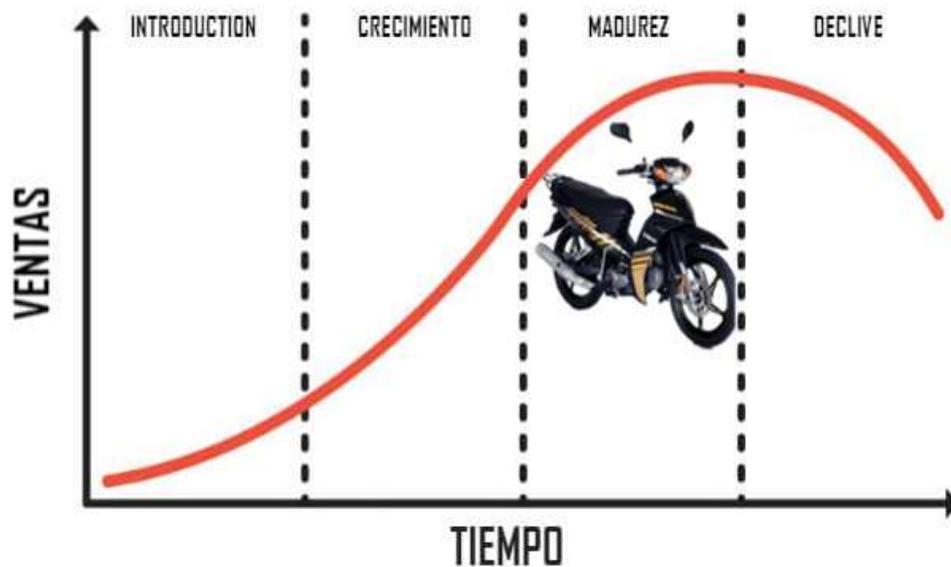
Por lo que al darse a conocer mucho más y estando esta motocicleta en una etapa de madurez, la cual es considerada una de las más largas dentro del ciclo de vida, mantendrá de cierta forma su posición y estabilidad, evitando así un declive en cuanto a ventas de esta.

Se pueden mencionar que, en esta etapa de madurez, las ventas siguen creciendo a menos ritmo, dado a que existen día tras día nuevos competidores se necesita mucho mayor esfuerzo comercial para que el producto se diferencia de otras motocicletas además de mantener la estrategia de precios que Yamaha ha manejado en cuanto a la economía que implica el uso y adquisición de esta motocicleta. Se puede competir mucho más estando en una etapa de madurez, si de cierta forma se implementan estrategias comerciales que resalten los beneficios de la motocicletas.

Por lo tanto, es necesario considerar el hecho de que la promoción de esta motocicleta como tal debe centrarse en mantener la atención del mercado con el fin de alcanzar las ventas previstas. En esta fase se producen picos de subidas y bajadas de las

ventas, por el hecho de querer realmente conservar el producto. Por lo tanto, para poder tener mucho más control y aumentar las ventas de esta motocicleta aun estando en esta etapa en la que más estrategias se ponen en marcha para que el producto siga vivo en la mente del consumidor. Ya que el fin es hacer que la conozcan aún más, brindando la información correcta y los beneficios que representa poder adquirirla.

Ilustración 2 Ciclo de vida del producto



FODA y Matriz Fodal

Tabla 6 FODA y Matriz Fodal

	Oportunidades	Amenazas
FODA Y MATRIZ FODAL	<ul style="list-style-type: none"> *Precio Accesible *Poco consumo de combustible *Brinda mayor agilidad *Uso de transporte diario 	<ul style="list-style-type: none"> *Diseños similares de la competencia *Fuerte competencia de precios en el mercado *Decreciente participación en el mercado
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
<ul style="list-style-type: none"> *Motocicleta de calidad *Fácil conducción y maniobrabilidad *Semiautomática de 4 tiempos *Mayor equilibrio, comodidad y seguridad *Cuenta con dos años de garantía *Diseño Unisex *Es de origen japones 	<ul style="list-style-type: none"> *Crear promociones de ventas atractivas al consumidor *Desarrollo de una nueva campaña publicitaria que resalte los beneficios del producto. *Intensificar la publicidad de la motocicleta en el departamento de Chimaltenango 	<ul style="list-style-type: none"> *Resaltar la garantía que ofrece la marca Yamaha frente a la competencia *Aumentar la participación de mercado de la motocicleta Crypton t110 por medio de la intensificación de promociones persuasivas *Resaltar el lugar de origen y manufactura de la motocicleta al público.
Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> *Actualmente se encuentra en una etapa de madurez *Crecimiento moderado de ventas *Poca publicidad de la motocicleta *Falta de promociones atractivas de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> *Resaltar la importancia del poco combustible que consume la moto y los beneficios que representa *Generar promociones de ventas atractivas que impulsen de mejor manera el producto 	<ul style="list-style-type: none"> *Incrementar las ventas a un 10% de la motocicleta por medio de promociones atractivas al consumidor. *Innovar con campañas publicitarias renovadas que den creciente participación a la motocicleta en el mercado.

Análisis del Micro y Macroentorno

Macroentorno

Este afecta de manera directa a la empresa como tal, y dentro de estos aspectos podemos mencionar los siguientes:

- Demografía, la edad que predomina en la población es clave para la adquisición de las motocicletas y también el área geográfica a la que esté destinada la empresa ya que está a nuestro favor el hecho de que Chimaltenango es una área activa en cuanto al comercio.
- Economía, la crisis económica, el desempleo, alza de impuestos y aranceles para el ingreso de las motocicletas al país es fundamental y es de evaluar.
- Cultura, el estilo de vida de las personas, cambios e intereses como tal de los consumidores, son factores importantes para la venta del producto y el impacto que este puede causar en el departamento de Chimaltenango.
- Tecnología, la innovación tecnológica y sus avances en cuanto a nuevos equipos tecnológicos para facilitar procesos dentro de los negocios y empresas.
- Política, las leyes y requisitos que de cierta manera fluyen sobre el ingreso de productos procedentes del extranjero al país, también sobre las ventas de productos en una empresa.
- Medio Ambiente, la actual contaminación ambiental, contaminación en zonas, desechos que perjudica la producción de productos y calidad en materiales.

Microentorno

- Proveedores: Yamaha Chimaltenango con sus propios proveedores, al ser la empresa una distribuidora, tiene como proveedor principal a Canella S, A. y cuenta con amplio portafolio para poder satisfacer las demandas de los exigentes consumidores.
- Intermediarios: Como parte de los intermediarios están las casas de créditos que intervienen también en la parte de promoción y publicidad ya que dan facilidades de pagos al comprar una motocicleta en la tienda.
- Canales de distribución: Yamaha utiliza una distribución que está relacionada con tienda central en Guatemala, luego distribuidores y puntos extensivos, hasta casas comerciales.
- Estrategia de distribución: Su estrategia es extensiva ya que sus productos son vendidos en canales de distribución estratégicos.
- Almacenaje y manejo de materiales: Las motocicletas se almacenan en bodegas amplias techadas para mantener el producto en perfectas condiciones y con estructuras adecuadas para su cuidado.
- Mercado: Durante el año 2,021 y en la actualidad se observó un incremento en las importaciones de motocicletas ya que se reportó más de un 84% de compras e interés en las mismas en el territorio Guatemalteco.
- Clientes: Los mayores de motocicletas son de 28 a 40 años, quienes se ven beneficiados de todas las características de las motocicletas y en especial como medio de transporte.

Análisis de la Competencia

Competencia Directa

<p>Suzuki – Falcon FD 110 Q12,999</p> 	<p>Es una motocicleta cómoda y económica que ofrece una variedad de detalles de alta calidad como freno de disco delantero, suspensión suave, encendido electrónico y de patada. Es confortable al momento de conducir al tiempo que ofrece suavidad entre cambios de marca y un bajo consumo de combustible. Estilo vanguardista. No incluye Placas.</p>
<p>Honda- Wave 110S Q13,720</p> 	<p>Un modelo clásico renovado, cumple con las necesidades a un precio accesible, fácil de manejar, semiautomática, con 12 meses de garantía, ofrece menor resistencia y menor consumo de combustible, con un motor 110. El precio no incluye placas.</p>
<p>Italika- AT110 Q7,500</p> 	<p>Moto de trabajo AT110 Italika 2022 Roja, Moto de arranque eléctrico soporta una carga de hasta 150kg con un motor de 4 tiempos. Capacidad de 3.5 litros de combustible con un rendimiento de 157km por litro y una velocidad máxima de 70km/h. Cuenta con garantía de 12 meses, su precio no incluye placas.</p>

Tabla 7 Competencia Directa

El análisis de la competencia anteriormente desarrollado es en base a la competencia directa de Yamaha específicamente, ya que estas tres marcas cuentan con un diseño y línea muy similar a la motocicleta Yamaha Crypton T110. Cabe mencionar que son competencia directa por el estilo de la motocicleta y la capacidad de esta. Sin embargo, en cuanto a colores no compiten ya que no existe una variedad existente, en cuanto a precios realmente son muy semejantes, pero hay variación. Principalmente la diferencia repercute en el precio que incluye placas y sobre todo la garantía que Yamaha brinda a los clientes en sí comparado con las otras marcas.

Dentro de este análisis de la competencia específicamente directa para Yamaha en el departamento de Chimaltenango, podemos mencionar lo siguiente:

Suzuki, es una marca bastante competidora para Yamaha Chimaltenango ya que es una marca de excelente calidad muy referente a la calidad que ofrece Yamaha, pues su origen también es japonés. En este caso compite con una motocicleta muy parecida en diseño y capacidad de motor. Con una mínima diferencia en cuanto a precio, su diferenciador en cuanto a Yamaha es que ofrece únicamente un año de garantía y dentro de su precio no incluye las placas de estas.

Honda compite de igual manera con Yamaha Chimaltenango con un modelo de motocicleta muy parecida, con características y motor de la misma dimensión, pero únicamente ofreciendo la motocicleta en un único color, en este caso rojo. Es una marca que compite también por la calidad de sus productos siendo una motocicleta japonesa y en cuanto a precio, es un precio más alto comparado a la motocicleta Crypton de Yamaha, sin embargo, el precio de las placas de circulación es adicional. Ofrece únicamente un año de garantía

Italika es un referente de competencia para Yamaha, pero únicamente por los precios, ya que esta es una marca de motocicletas chinas, que en cuanto a calidad no compite, sin embargo, los precios de estas son muy bajos y también compite con una motocicleta muy parecida en diseño y capacidad. Ofrece a sus consumidores un solo año de garantía.

Yamaha es una marca 100% japonesa, de excelente calidad y brinda una garantía en toda la línea de motocicletas de 2 años y un servicio post venta especial.

El sector de Chimaltenango es amplio respecto al comercio ya que día con día hay más comercios similares en cuanto a la venta de motocicletas, sin embargo, Yamaha también compite por la presentación e imagen de la tienda física, ya que es muy diferente a las tiendas distribuidoras de las marcas mencionadas.

Cuenta con instalaciones muy parecidas a una agencia central, y ofrece múltiples beneficios, lo que relaciona a brindar un servicio post venta de mayor calidad.

Competencia Indirecta

Dentro del departamento de Chimaltenango, existen marcas que compiten de manera directa como también indirecta para la agencia de motos en sí. Cabe mencionar que, en todo el departamento de Chimaltenango, la agencia Yamaha Chimaltenango es quien tiene la mayor parte de distribución oficial en el sector. Las marcas a continuación mencionadas son consideradas competencias indirectas, ya que sí, se dedican a la venta de los mismos productos, sin embargo, no cuenta con una motocicleta parecida o similar a comparación de las marcas anteriormente mencionadas, siempre y cuando resaltando que entran como competencia indirecta por este factor.

Como competencias indirectas para la agencia/tienda, se pueden mencionar:

- Hero
- Serpento

Como competencia indirecta se puede mencionar la marca Hero, que sin duda alguna tiene poco tiempo dentro del mercado guatemalteco, siendo esta una marca de motocicletas proveniente de la India tiene poco reconocimiento y posicionamiento en el mercado, por sus precios y diseños poco atractivos al consumidor. Tiene pocos puntos de venta a nivel nacional y dentro del departamento de Chimaltenango, tiene poca presencia.

Así mismo se puede mencionar la marca Serpento es parte de la competencia directa ya que ofrece motocicletas de origen colombiano, stock de repuestos entre otros, pero tiene poca presencia dentro del departamento de Chimaltenango y de la misma manera a nivel nacional.

Análisis de la situación del mercado

Comportamiento de la demanda

En el año 2020 en Guatemala las ventas de motocicletas aumentaron 22% en términos interanuales, alza que es superior a la variación de 15% registrada en 2019, comportamiento que se explica en gran medida por el incremento en la demanda de servicios de entregas a domicilio. Las restricciones obligaron a las personas buscar opciones para transportarse.

Parte de la población optó por comprar vehículos particulares para no depender del transporte público y así evitar contagiarse en otro tipo de opciones colectivas de desplazamiento, y otro grupo adquirió automóviles con número de matrículas que les permitiera circular todos los días de la semana.

Actualmente en el mercado guatemalteco las motocicletas de bajo cilindraje son las que más demandantes de 100 a 250 centímetros cúbicos. A estas se les conoce popularmente como moto de mensajero.

La nueva realidad comercial es esta, gran parte de la población guatemalteca utiliza una motocicleta como medio de transporte y trabajo, siendo así el mercado de la venta de motocicletas uno de los más grandes. Hasta llegar a representar el 40% del parque vehicular activo en Guatemala.

Comportamiento de la oferta

Respecto al comportamiento de la oferta, Yamaha Chimaltenango y Yamaha en general manejan inventarios muy elevados en cuanto a diversidad de estilos, líneas, colores, entre otros aspectos, para proporcionar a los consumidores ofertas, precisamente Yamaha Chimaltenango al ser el único distribuidor en el sector debe

surtir a sus puntos extensivos de distribución en cuanto a las motocicletas con el fin de que sean de su preferencia en la vasta gama de artículos que dicha empresa posee.

Es importante resalta que todo ello va de la mano por el hecho de que las causas que realmente están impulsando los volúmenes de comercialización de las motocicletas en general son la seguridad, la rapidez para llegar a los destinos por el tráfico y el ahorro de combustible.

Análisis del régimen de mercado

La mayor parte de países encargados realmente de la fabricación de las motocicletas son países como India, Japón y China. Posterior a ello se puede mencionar que el mercado de venta de motocicletas es realmente alto, puesto que existe una diversidad de marcas, estilos, diseños y colores que se ofrecen al público consumidor, con el fin de cumplir expectativas, satisfacer necesidades o encontrar la solución a sus problemas.

Guatemala es señalado como el mercado de la región centroamericana en lo que respecta a las motocicletas que circulan en el país, tanto ha sido ello que el propio gobierno prohíbe de cierta forma que dos personas circulen en una misma motocicleta como medida contra la criminalidad.

Es así como se evidencia que marcas como Yamaha debido potencial que tiene la marca y las motocicletas que ofrece se posiciona como una de las marcas más reconocidas a nivel nacional.

Observar la economía únicamente desde el punto de vista comercial sería un error, porque el mercado de motocicletas es realmente amplio y complejo debido a la multiplicidad de aspectos que deben ser considerados: como las regulaciones y políticas aduaneras de importación, impuestos y aranceles de productos y las políticas económicas internas y externas.

Problema/ Oportunidad de Mercado

Descripción del problema

En Yamaha Chimaltenango el principal problema en cuanto a la motocicleta Crypton T110, es que es una motocicleta que lleva años en el mercado, tiene un alto potencial, sin embargo, en esta área departamental no es muy conocida, por el hecho de que es una motocicleta semiautomática y de un diseño unisex.

Es una motocicleta versátil, cómoda, fácil de usar, económica, de una marca líder y reconocida en la creación y venta de motocicletas.

Actualmente es una motocicleta con un índice de ventas de moderado, por la poca información y publicidad que se tiene acerca de esta. Aun así, con las características mencionadas anteriormente de la misma y la poca información en campañas que se ha dado sobre ella, muchas de las personas dentro del departamento de Chimaltenango optan por adquirir modelos mucho más altos en precio, con diseños modernos, pero no pensando en la economía.

Síntomas del problema

Podemos mencionar algunos de los síntomas que se han identificado, dentro de los cuales podemos mencionar que estos síntomas se han ido evidenciando con el paso del tiempo, específicamente de esta motocicleta, se pueden mencionar los siguientes:

- Es una motocicleta poco conocida por las personas en el departamento
- Su índice de ventas es actualmente bajo/moderado
- No está llegando a las personas indicadas o correctas
- No existe un plan de medios estructurado y planificado
- Falta de promociones atractivas al consumidor
- La competencia mantiene una línea y modelo muy similar a la motocicleta Yamaha

Causas del problema

Existen muchos factores a tomar en cuenta respecto a las causas del origen del problema como tal y es el hecho de que no existe una buena publicidad de la motocicleta, es por lo que a pesar de ser una motocicleta con múltiples beneficios y con un alto potencial, pocas personas conocen de ella. Así mismo es importante mencionar que no se ha logrado una buena segmentación, por lo que esta moto no está llegando a las personas indicadas. Así mismo no existe un plan de medios bien estructurado y planificado.

Se deben resaltar los múltiples beneficios o ventajas que la motocicleta Crypton ofrece a los consumidores ya que el ahorro de combustible que esta motocicleta representa le suma, al igual que el precio y respaldo que la marca brinda respecto a garantía, frente a la competencia, es algo que debe darse a conocer mediante la implementación de un buen plan de marketing, la activación de promociones de ventas atractivas a los consumidores, con el fin de potenciar las ventas de esta.

Soluciones propuestas

El objetivo principal es poder atacar este problema mediante el realce de los beneficios que hoy en día implica adquirir una motocicleta como esta.

Dentro de las soluciones propuestas para incrementar las ventas y evitar que este producto caiga en declive por el estado del ciclo de vida en el que se encuentra, y para resaltar los beneficios que esta motocicleta brinda hoy en día en cuanto a la economía que representa adquirirla se pueden mencionar las siguientes:

- Desarrollar una campaña publicitaria renovada de la motocicleta Yamaha Crypton T110 resaltando los beneficios de esta y las ventajas de adquirirla.
- Crear promociones de ventas atractivas al consumidor.
- Intensificar las campañas publicitarias en el departamento de Chimaltenango.
- Hacer énfasis a la post venta de dicho producto.
- Intensificar promociones de manera persuasiva.

Segmentación de Mercado

Segmentación de Mercado

Geográfica:

País: Guatemala orientado al Departamento de Chimaltenango

Clima: Frío, Cálido y templado.

- Demográfica:

Ingreso: Superior a Q 3,500 mensuales

Nivel socioeconómico: A, B y C

Sexo: indiferente

Nacionalidad: guatemaltecos

Nivel educativo: Indiferente

Edad: 28-40 años

- Psicográfico:

Estilo de vida: jóvenes, estudiantes y trabajadores.

Personalidad: personas responsables y capaces de conducir una motocicleta como medio de transporte principal o alternativo.

Clase social: media - alta

- Conductual:

Beneficio buscado: las personas generalmente buscan la manera de transportarse en día a día mediante un medio de transporte, ágil, seguro y principalmente que genere un bajo consumo de combustible para poder utilizarlo a diario sin ver su economía afectada.

Mercado Meta

Se compone de hombres y mujeres entre la edad de 28 a 45 años que residan en el departamento de Chimaltenango, cuyos ingresos se encuentren desde los Q3500.00 mensuales en adelante para comodidad del cliente. Se eligió ese rango de edades debido a que la mayoría de las personas adquieren una motocicleta para uso o transporte diario, como medio de trabajo y el diseño de esta motocicleta es unisex pero no es un modelo juvenil, por lo que la motocicleta como tal está orientada a prestar grandes beneficios tanto en facilidad de transporte como ahorro de combustible.

Posicionamiento deseado

Se desea darle aún mayor énfasis y potencial a la motocicleta Yamaha Crypton T110, incrementando las ventas de esta mediante estrategias concretas para lograr espacio en la mente del consumidor, y que este conozca acerca de los grandes beneficios que implica poder adquirirla, debido a que es una motocicleta que cumple muchas expectativas y estándares, pero principalmente es una motocicleta económica en todos los sentidos de excelente calidad.

Todo ello con el fin de poder alcanzar más ventas y que estas ventas mencionadas demuestren un crecimiento exponencial logrando así satisfacer las necesidades de los clientes. Siendo líder en la venta de motocicletas Yamaha en el departamento de Chimaltenango, manteniendo una presencia de marca única.

Mercados

Cálculo del potencial del mercado

Demanda del sector

Las ventas de motocicletas en el sector Guatemalteco, día con día son más demandantes y presentan un incremento notorio, debido que son un pilar tanto económico como social debido a que representan muchos beneficios para la población en general y es mucho más accesible poder adquirir una motocicleta comparado con un vehículo en ocasiones.

Es importante mencionar que la mayor afluencia de vehículos en el país está considerada específicamente por vehículos de dos ruedas. Esto forma parte de que son un pilar económico y social debido a los beneficios que les trae a las personas poder poseer una de ellas, y también van con relación a que son el medio de transporte y trabajo de muchas personas hoy en día.

Los datos anuales hasta el 2019, reflejaban un crecimiento promedio de 15%, sin embargo, el año pasado el comportamiento cambió influido por la pandemia y restricciones para evitar contagios del coronavirus. Aunque los primeros meses de la pandemia hubo una contracción del mercado, luego se registró un repunte y se cerró con mejores datos de lo proyectado.

Todo ello fue en el año 2,020 en que las ventas de motocicletas crecieron un 22% en Guatemala, todo esa información fue recolectada por la Asociación de importadores de motocicletas dentro de ellos se encuentran: Italika, BMW, Indian, Kawasaki, Yamaha, Grupo Uma, Honda, Hero, Freedom, Motocom, Avanti, VCR, Suzuki, Haojue, Serpento y Motolansa.

Para muchos, las motocicletas eran de utilidad para muchos en lo que representaban actividades como: entrega a domicilio se volvieron una opción de trabajo para muchos, aparte de servicios independientes, o empresas y restaurantes que decidieron aumentar su flota para entregas de comida, artículos varios.

Este tipo de transporte es una herramienta que permite la movilización, las motos también ofrecen ventajas como ahorro en tiempo y gasolina, bajo costo, menos tiempo en tráfico.

Demanda del producto

El mercado de motocicletas en la región de Centroamérica pasó de un total de 222.180 unidades importadas en 2013 a 244.711 el pasado ejercicio, lo que da como resultado un crecimiento del 10%", según detalla la empresa que ensambla motocicletas en Guatemala.

La cilindrada de la mayoría es de 50 cc a 250 cc. La importancia de la consolidación de alianzas locales está directamente relacionada con el crecimiento de la región, los mercados emergentes representan cerca del 17% de la demanda anual de motocicletas.

El diseño y la configuración de una motocicleta van de la mano y funcionan según el objetivo y las necesidades para las cuales fue creada. Sin embargo, esto va de la mano con todo lo que concuerda con relación costo-beneficio.

Una de las características de las motocicletas de baja cilindrada a la que está enfocada más que todo la demanda de producto hoy en día y va con relación a la Yamaha Crypton T110, es el hecho de que la característica más importante y relevante de una motocicleta de baja cilindrada, es su economía en cuanto al gasto o consumo de combustible.

Son motocicletas ideales como medio de trabajo, sobre todo enfocado a mensajería y reparto, ideales para transportarse fácilmente en trayectos cortos y medianos. Su diseño es totalmente práctico y ágil para las dificultades de tránsito y en cuanto al mantenimiento de estas es relativamente fácil y accesible a la economía del consumidor.

Demanda de la competencia

Muchas marcas compiten en el segmento de la venta de motocicletas, uno de los vehículos preferidos por muchos. Se afirma que día tras día nacen marcas nuevas de motocicletas que son claramente importadas a países centroamericanos como Guatemala, la llegada de nuevas marcas, con nuevas líneas, diseños y colores de motocicletas con capacidades diferentes será positiva porque aumentará la competencia. Se ha registrado grandes crecimientos promedio de un 22% de ventas de motocicletas.

Marcas reconocidas como Suzuki, Honda, Italika, Serpento, entre otras, con competidores directos si hacemos mención a Yamaha. Cada marca cumple las expectativas de sus clientes de diferentes maneras. En el segmento de las

motocicletas más tradicionales y preferidas dominan las de baja cilindrada de marcas reconocidas

Estimación de la demanda actual

El año 2,020 fue sin duda difícil para la mayoría de las personas dentro del territorio guatemalteco, sin embargo, para muchos negocios en especial tiendas o agencias dedicadas a la venta de motocicletas en distintos puntos del país, fue un año de gran crecimiento en cuanto a ventas.

Todo ello debido a la crisis de la pandemia en el país, que de una u otra forma dejó a muchas personas sin trabajo, sin vivienda y sin transporte. Es por esto, que muchos y muchas optaron por poder adquirir una motocicleta ya sea como medio de transporte y también como medio de trabajo, debido al surgimiento de muchos emprendimientos y servicios de mensajería durante ese tiempo.

Para todo el sector comercio fue de mucha alegría poder ver cifras de crecimiento en cuanto al incremento de ventas de motocicletas, que marcó realmente a cada marca y empresa en general. Debido a esto muchas personas en la actualidad, en el presente año, optan por adquirir una motocicleta, específicamente de baja cilindrada a la cual está enfocada la motocicleta Yamaha Crypton, ya que son motocicletas que representan grandes beneficios, economía y todo ello también traduce a facilidad en cuanto a conducción y maniobrabilidad, como también economía en cuanto al consumo de combustible.

La demanda actual de motocicletas es de las más fuertes ya que el transporte de dos ruedas es preferido por muchos, no importando la zona, lugar, departamento o municipio, las motos marcan presencia.

Análisis de las ventas pasadas y proyección de ventas

Respecto al análisis de ventas pasadas en lo que respecta a la Agencia de Motos Yamaha Chimaltenango y sus puntos extensivos, podemos mencionar que gran parte de las ventas pasadas van en referencia a motocicletas de otro tipo de modelos, no respectivamente a la motocicleta Yamaha Crypton, sin embargo cabe mencionar que

lo que realmente se quiere por medio de este proyecto es potenciar las ventas de una sola motocicleta en específico, tomando en cuenta que no se vende únicamente este modelo dentro de las tiendas sino muchos más.

Anteriormente la tienda de motos de Chimaltenango ha mantenido las metas que se le asignan en cuanto a ventas, resaltando que en el año 2,018 obtuvo el primer lugar en ventas y fue por ello que viajaron los representantes de la tienda a Japón a conocer mucho más sobre la marca.

Así mismo cabe resaltar que el año 2,020 fue uno de los años más ventajosos por el hecho de que gran mayoría de personas en tiempos de pandemia optaron por la compra de una motocicleta, gran mayoría optó por las de baja cilindrada por la economía que representan.

Tabla 8 Pronóstico de Ventas

Pronóstico de Ventas Yamaha Chimaltenango		
Motocicleta Yamaha Crypton		
Mes	Unidades Vendidas 2,022	Pronóstico Año 2,023
Enero	3	#N/D
Febrero	2	3
Marzo	3	2.7
Abril	4	2.79
Mayo	4	3.153
Junio	3	3.4071
Julio	6	3.28497
Agosto	4	4.099479
Septiembre	3	4.0696353
Octubre	3	3.74874471
Noviembre	3	3.524121297
Diciembre	5	3.366884908
Total	43	3 Motocicletas

Se estima este pronóstico de ventas basado en datos reales y precisos de las ventas específicas solo de la motocicleta Yamaha Crypton T110 en el departamento de Chimaltenango, basado este pronóstico de ventas sobre el número de unidades

ventas en el año 2,022, desde el mes de Enero hasta el mes de Diciembre realizando un pronóstico exacto para el año 2,023, teniendo en cuenta que en el año 2,023 la empresa tiene como meta iniciar la venta con 3 motocicletas de esta línea y modelo. Superando de cierta forma el total de unidades vendidas del año previo.

Proyección de ventas para el año 2,023:

Año 2023	Yamaha Chimaltenango	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total Unidades
		UNIDADES	3	3	3	3	4	3	6	3	4	4	4	7
	PRECIO	Q 13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q 13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q 13,500	Total Ventas
	MONTO	Q 40,500	Q40,500	Q40,500	Q40,500	Q54,000	Q40,500	Q 81,000	Q40,500	Q54,000	Q54,000	Q54,000	Q 94,500	Q 634,500

Tabla 9 Proyección de Ventas Primer Año

La proyección de ventas para el año 2,023 está basada en el pronóstico de ventas realizado en base a las ventas pasadas específicamente de la motocicleta Yamaha Crypton tanto de Yamaha Chimaltenango como también los puntos extensivos de esta dentro del departamento, tomando en cuenta que la demanda es cambiante dependiendo los meses del año, ya que unos son más demandantes que otros y en base a ello se trabajó la proyección, esperando un total anual de 47 unidades vendidas de dicha motocicleta.

Dicha proyección de ventas comenzando en el año 2,023 muestra el índice de ventas desde el mes de Enero hasta el mes de Diciembre del mismo año. Es importante mencionar que el mes de Enero, Febrero, Marzo e incluso abril son meses bajos en ventas, debido a que gran parte de las personas tienen gastos a principio de año, no busca realmente la mayoría en esos meses adquirir una motocicleta.

Tomando en cuenta esa curva, son los resultados que se muestran en cuanto a los resultados de unidades vendidas dependiendo el mes. Notablemente se puede observar un pico de altas ventas en el mes de Diciembre, teniendo un total de 47 motocicletas vendidas durante el año, comparando estos resultados a los de un año anterior, son más que claro y es evidente que sí se puede lograr un buen crecimiento si se trabaja de manera clara, precisa y estratégica.

Fase II

Objetivos de la investigación de mercado

El problema principal identificado en cuanto a la agencia de motocicletas Yamaha Chimaltenango va derivado a las ventas de una motocicleta en específico que es la Yamaha Crypton T110, debido a que es una motocicleta con alto potencial que lleva años en el mercado y se encuentra actualmente en un estado de madurez, por lo que las ventas de esta han sido moderadas y es poco conocida.

La falta de conocimiento del producto acerca de los grandes beneficios que brinda incluso relacionado al tema del ahorro de combustible es algo que debe resaltarse y no se ha tomado muy en cuenta por lo que dicho producto carece de publicidad y conocimiento por parte de los consumidores y es algo que debe tomarse en cuenta.

Por lo que de manera más estratégica se han evaluado puntos a tomar en cuenta para que el proyecto sea exitoso, y es por ello que los objetivos de esta investigación de mercados van dirigidos no solo para conocer los gustos o preferencias del consumidor, sino a realmente poder evaluar si realmente estuviesen interesados en poder adquirir la motocicleta Yamaha Crypton.

Así mismo tomar en cuenta el tema de las promociones de venta que también son punto clave para poder incrementar las ventas y que generalmente no se han dado de la manera esperada por muchos de los consumidores.

Debido y en base al problema encontrado que en este caso es las bajas ventas o ventas moderadas de esta motocicleta y el poco conocimiento que se tiene de ella, es que tomó la decisión de poder iniciar un proceso de investigación de mercado.

Objetivo General de la investigación

El objetivo de la investigación de mercado es conocer más a fondo las necesidades de los consumidores y preferencias de los mismo al momento de comprar una motocicleta. Con el fin de potenciar aún más las ventas de la motocicleta Yamaha Crypton 110 y que esta se conozca muchísimo más dentro del departamento de

Chimaltenango ya que tiene un alto potencial y beneficios atractivos para los consumidores, creando así mayor fidelización a la marca y al producto en especial.

Objetivos Específicos

- Dar a conocer los beneficios de adquirir una motocicleta Yamaha Crypton T110
- Analizar las oportunidades de mercado
- Disminuir amenazas frente a la competencia
- Incurrir en el ahorro de combustible
- Aprovechar las oportunidades de mercados o áreas no exploradas

Tipo de fuentes de información a utilizarse

Dentro de las fuentes de información a utilizarse se puede mencionar el hecho de que se trató la manera de buscar información de manera minuciosa y exhaustiva tanto en fuentes primarias como también en fuentes secundarias.

Así mismo se buscó información relativa en cuanto a la motocicleta Yamaha Crypton T110, las ventajas o beneficios que brinda, especificaciones generales y técnicas de la motocicleta.

Esta información fue relevante y la búsqueda fue mediante internet, específicamente páginas web. Dentro de las fuentes a utilizarse también fueron evaluados y observados catálogos de motocicletas, productos similares a la motocicleta Yamaha, marcas y líneas variadas de motocicletas preferidas también por muchos de los consumidores.

Datos secundarios

Como datos secundarios se recabo información por diferentes fuentes por medio de investigaciones con previa realización con la finalidad de poder ofrecer a los clientes un producto que se adapte a las necesidades que hoy en día están surgiendo.

Es importante mencionar que todos y todas tienen necesidades diferentes, sin embargo, se pensó en un producto que ayudara a economizar combustible, que fuera

segura, practica y de calidad. Un producto poco conocido, pero con un gran potencial en cuanto a los beneficios que ofrece.

Todo ello enfocado a un segmento de mercado estratégico que sepa lo que está adquiriendo o puede adquirir, enfocado también a edades que quizá no la comprarían como su primer motocicleta, sino como medio de trabajo o transporte diario.

También se encontró información respecto a marcas que cuentan con una línea y diseño muy similar a la motocicleta Yamaha, dichas marcas están catalogadas en este momento como competencia directa.

Son marcas que cuentan con un alto potencial dentro del mercado del departamento de Chimaltenango ya que su rumbo es directamente la venta de motocicletas y compiten con una muy similar a la que se está haciendo relación de la marca Yamaha. Tomando en cuenta que tienen ventajas y desventajas como competencia directa.

Datos primarios

Los datos primarios fueron reunidos por parte del investigador principal tomando en cuenta que el objetivo principal de esta investigación realizada a nivel general es con el fin de poder recopilar la mayor parte de datos de información posibles con el propósito de obtener información clara que fuera enfocada hacia el producto de enfoque principal en esta investigación, que es la motocicleta Yamaha Crypton T110.

Así mismo es importante poder mencionar que hoy en día se busca también conocer al consumidor y tratar la manera de adaptar los productos con los que se cuenta como marca o empresa para poder satisfacer las necesidades de estos y por consiguiente cumplir las expectativas necesarias.

Hoy en día muchas personas buscan economizar en todos los aspectos posibles, ya que gran mayoría de personas carecen incluso de una buena estabilidad económica, quieren transportarse en el día a día, tratando la manera de economizar lo más que se pueda y la demanda de motocicletas o vehículos de dos ruedas es de las más grandes. Este y muchos otros factores nos sirvieron también como parte de la investigación.

Se pueden mencionar como principales datos primarios los mencionados a continuación:

- Encuesta de investigación de mercados para conocer más a fondo a los consumidores, que buscan en una motocicleta y el conocimiento que tienen acerca de la marca Yamaha y otras marcas en general.
- Entrevista al representante de Yamaha Chimaltenango quien en base a su experiencia de forma veraz identifico los puntos positivos de la marca y la motocicleta, siendo recopilada la información en tiempo real para complementar la investigación de mercados.

Metodología de la investigación

La metodología que será utilizada en esta ocasión para la investigación será una investigación por medio de encuestas, esto con el fin de obtener la información que se necesita de manera más ágil y rápida. Así mismo es importante mencionar que existen cuatro conceptos básicos sobre la investigación los cuales se identificarán de mejor manera a continuación:

- Investigación por observación
- Investigación por medio de encuestas
- Investigación experimental
- Sesiones de grupo

Investigación por medio de encuestas

Este tipo de investigación es la más utilizada en este caso la investigación de mercados realizada se llevó a cabo por medio de una encuesta, debido a la facilidad y agilidad de poder obtener respuestas de cada uno de los usuarios a los que se les comparte.

Todo ello permite que la investigación sea veraz y que las personas encuestadas tengan las mismas oportunidades de o igualdad de condiciones para evitar sesgos.

Es importante mencionar que la investigación por medio de encuestas es bastante exitosa debido a que como empresa Yamaha Chimaltenango se planearon preguntas concretas para conocer aún más las opiniones del consumidor, en cuanto a lo que

buscan realmente en una motocicleta, que esperarían o que expectativas podría cumplir una motocicleta, el conocimiento que tienen sobre la marca y otras marcas a nivel general.

Método de contacto

El método de contacto implementado para esta investigación de mercados se realizó por medio de encuestas en línea a través de la plataforma de Google Forms, se llevó a cabo dicha encuesta con el fin de poder obtener toda la información necesaria y veras para darle continuidad al desarrollo del proyecto y conocer de cierta manera más a fondo las necesidades, opiniones y expectativas de los clientes.

Esta encuesta evaluó aspectos demográficos de interés y observación tanto para hombre como mujeres que quisieran o les interesaría de cierta manera poder adquirir una motocicleta, tanto a corto como a largo plazo. Todo ello dirigido a la motocicleta ideal.

Dentro del desarrollo de esta encuesta se expusieron preguntas no solo atractivas para los encuestados, sino claras y concisas. Todas ellas adaptadas también a las 4p's del marketing relacionadas con producto, precio, plaza y promoción. Dentro del desarrollo de estas preguntas están:

- Preguntas de selección múltiple
- Preguntas dicotómicas
- Preguntas de información básica
- Selección de Imágenes

Posterior a ello, la tabulación de datos dio resultados muy positivos y realmente esperados para poder desarrollar e implementar las estrategias necesarias para ser adaptadas al producto que en este caso es la motocicleta.

Tabla de Tiempos

Yamaha Chimaltenango Tabla de Tiempos	TIEMPO	DÍAS SEMANA DEL 14 DE OCTUBRE AL 21 DE OCTUBRE							
		V	S	D	L	M	MM	J	V
Actividades		14-oct	15-oct	16-oct	17-oct	18-oct	19-oct	20-oct	21-oct
REALIZACIÓN DEL CUESTIONARIO	2 DÍAS								
TRABAJO DE CAMPO	2 DÍAS								
PROCESAMIENTO DE DATOS	1 DÍA								
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	1 DÍA								
ELABORACIÓN DEL INFORME	1 DÍA								
FECHA DE ENTREGA DE RESULTADOS	1 DÍA								

Tabla 10 Tabla de tiempos

El cronograma previamente presentado determina como tal el desarrollo de las diferentes actividades y etapas de la investigación. En un periodo de ocho días se realizaron las distintas actividades para llevar a cabo la terminación de una buena investigación de mercados, desde la realización y planteamiento de cada una de las preguntas puestas en el cuestionario realizado, como también al desarrollo del trabajo de campo y posterior a ellos un análisis claro de la información recabada, con el fin de poder elaborar un informe amplio respecto a los resultados obtenidos, siendo los tiempos de cada actividad realmente congruentes para poder presentar una entrega de resultados efectiva.

Diseño del instrumento

Para el desarrollo de la investigación de mercado se desarrolló una encuesta tomando en cuenta los datos primarios en base a la experiencia también de la persona que nos dio más información sobre la situación en el mercado respecto al departamento de Chimaltenango.

El diseño del instrumento de navegación en este caso fue por medio de una encuesta desarrollada en la plataforma de Google Forms, para facilidad de las personas y rapidez al momento de obtener información y analizarla.

Tipo y descripción del instrumento

El instrumento de investigación utilizado y previo a ello, aprobado, se realizó o llevo a cabo por medio de una encuesta realizada en Formularios de Google, para poder crear y analizar dicha encuesta ya sea desde un navegador o un teléfono móvil. Así mismo se utilizó esta herramienta para ver los resultados de manera instantánea en el cual se van enviando las respuestas. Así mismo a continuación se presentan imágenes adjuntas de una copia del instrumento de investigación realizado, en un formato en blanco. Dentro del desarrollo de las preguntas, se presentan las siguientes:

1. ¿Te interesaría comprar una motocicleta?
2. Selecciona tu género
3. Selecciona tu rango de edad
4. ¿Has adquirido o tienes una motocicleta?
5. ¿Has escuchado sobre la marca de motocicletas Yamaha?
6. ¿Qué tipo de comentarios has escuchado sobre la marca?
7. ¿Qué otras marcas del mercado conoces o has utilizado?
8. ¿Qué buscas en una motocicleta?
9. ¿Al momento de comprar una motocicleta que es lo que evalúas o tomas en cuenta?
10. ¿Cuál de estas opciones te hace dudar al momento de adquirir una motocicleta?
11. ¿Qué utilidad le darías a las motocicletas?
12. Si Yamaha te ofrece una motocicleta automática, 4 tiempos, con un diseño atractivo unisex, que asegura una buena economía de combustible, comodidad, seguridad y facilidad de conducción, garantía de 2 años y además de ello, placas incluidas por la compra de la motocicleta ¿La adquirirías?
13. ¿Cuál de estos colores llamaría más tu atención al momento de comprar una motocicleta?

14. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por ella? Tomando en cuentas los beneficios que ofrece.

15. Consideras que los precios de la variedad de motocicletas que existen en mercado son

16. ¿Te gustaría que tuviéramos más promociones de ventas al momento de comprar tu motocicleta?

17. ¿Qué promociones llaman más tu atención?

 **YAMAHA**

Agencia de motocicletas Yamaha Chimaltenango

La presente encuesta está desarrollada por la estudiante Diana Tobías de la especialidad de Mercadotecnia de Universidad Galileo . Dichos datos serán recopilados para conocer más a fondo las necesidades y preferencias de los consumidores al momento de comprar una motocicleta.
Los datos serán confidenciales y sin fines de lucro.

[Acceder a Google](#) para guardar el progreso.
[Más información](#)

***Obligatorio**

Ilustración 4 Encuesta

Motocicletas Yamaha Chimaltenango

La presente encuesta está desarrollada por la estudiante Diana Tobías de la especialidad de Mercadotecnia de Universidad Galileo . Dichos datos serán recopilados para conocer más a fondo las necesidades y preferencias de los consumidores al momento de comprar una motocicleta.
Los datos serán confidenciales y sin fines de lucro.

[Acceder a Google](#) para guardar el progreso.
[Más información](#)

***Obligatorio**

¿Te interesaría comprar una motocicleta? *

Sí

No

Ilustración 3 Encuesta

DATOS GENERALES

Selecciona tu género *

Masculino

Femenino

Selecciona tu rango de edad *

Menor de 18 años

18-25 años

26-30 años

31-35 años

36-40 años

41-45 años

46-50 años

51-55 años

56-60 años

60 años en adelante

docs.google.com

Ilustración 6 Encuesta

26-30 años

31-35 años

36-40 años

41-45 años

46-50 años

51-55 años

56-60 años

60 años en adelante

¿Has adquirido o tienes alguna motocicleta? *

Sí

No

Atrás Siguiete Borrar formulario

Ilustración 5 Encuesta

Agencia de motocicletas Yamaha Chimaltenango

[Acceder a Google](#) para guardar el progreso.
[Más información](#)

***Obligatorio**

CONOCIMIENTO DE LA MARCA

¿Has escuchado sobre la marca de motocicletas Yamaha? *

Sí

No

Atrás Siguiete Borrar formulario

Ilustración 8 Encuesta

Agencia de motocicletas Yamaha Chimaltenango

[Acceder a Google](#) para guardar el progreso.
[Más información](#)

***Obligatorio**

MÁS SOBRE LA MARCA

¿Qué tipo de comentarios has escuchado sobre la marca? *

Comentarios positivos

Comentarios Negativos

Ilustración 7 Encuesta

CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR

¿Qué otras marcas del mercado conoces o has utilizado? *

Suzuki

Yamaha

Honda

Italika

¿Qué buscas en una motocicleta? *

Diseño y color atractivo

Comodidad, seguridad y ahorro de combustible

Capacidad y suspensión

¿Al momento de comprar una motocicleta que es lo que evalúas o tomas en cuenta? *

Precio

Ilustración 10 Encuesta

¿Al momento de comprar una motocicleta que es lo que evalúas o tomas en cuenta? *

Precio

Marca y Calidad

Beneficios

Nuevos diseños y tecnología

¿Cuál de estas opciones te hace dudar al momento de adquirir una motocicleta? *

Poca garantía que ofrecen las marcas

El origen de las motocicletas

Las promociones de ventas que ofrecen

¿Qué utilidad le darías a una motocicleta? *

Transporte diario

Ilustración 9 Encuesta

Marca y Calidad

Beneficios

Nuevos diseños y tecnología

¿Cuál de estas opciones te hace dudar al momento de adquirir una motocicleta? *

Poca garantía que ofrecen las marcas

El origen de las motocicletas

Las promociones de ventas que ofrecen

¿Qué utilidad le darías a una motocicleta? *

Transporte diario

Medio de trabajo y transporte

Diversión

Ilustración 12 Encuesta

PRODUCTO

YAMAHA CRYPTON T110

Si Yamaha te ofrece una motocicleta semiautomática, 4 tiempos, con un diseño atractivo unisex, que asegura una buena economía de combustible, comodidad, seguridad y facilidad de conducción, garantía de 2 años y además de ello, placas incluidas por la compra de la motocicleta. ¿La adquirirías? *

Si

No

Atrás Siguiente Borrar formulario

Ilustración 11 Encuesta

YAMAHA CRYPTON

¿Cuál de estos colores llamaría más tu atención al momento de comprar una motocicleta? *



Negra



Roja

[docs.google.com](#)

Ilustración 13 Encuesta

¿Cuanto estarías dispuesto a pagar por ella? Tomando en cuenta los beneficios ofrece *

10,000-12,000

12,100-13,500

13,600-14,500

Consideras que los precios de la variedad de motocicletas que existen en el mercado son: *

Justos y Razonable

Bajos

Altos

Ilustración 16 Encuesta

Negra



Roja



Azul

¿Cuanto estarías dispuesto a pagar por ella? Tomando en cuenta los beneficios *

[docs.google.com](#)

Ilustración 14 Encuesta

[mas informacion](#)

*Obligatorio

SOBRE YAMAHA CHIMALTENANGO

¿Te gustaría que tuviéramos más promociones de ventas al momento de comprar tu motocicleta? *

Si

No

¿Qué promociones llaman más tu atención? *

Casco gratis por la compra de la motocicleta

Primer servicio post venta completamente gratuito

Más planes de financiamiento

Ilustración 15 Encuesta

Cálculo de la muestra

Cálculo y selección de la muestra

El cálculo de la muestra en esta ocasión está relacionado con un nivel de confianza del 90%, un margen de error del 10% y un tamaño de la muestra que debió haber sido 67 respuestas completas, sin embargo, en esta ocasión respondieron de manera completa 97 personas, por lo que el tamaño de la muestra es de 97.

Este número de personas encuestadas las cuales completaron por completo la encuesta, fueron las personas a las que realmente les intereso el rumbo del negocio y la motocicleta Yamaha de la que se estaba hablando como tal, sabiendo que este número supera incluso las expectativas que se tenían de esta investigación de mercados.

Esta encuesta o instrumento de investigación fue enviado a muchos de los clientes actuales de Yamaha Chimaltenango, para conocer más a fondo sus opiniones y adaptar el producto a estas. Seleccionamos el poder enviar esta encuesta a este segmento de personas tanto clientes como personas ajenas a los clientes actuales, tratando la manera de distribuirla dentro del departamento de Chimaltenango. Siempre tomando en cuenta de haber enviado dicho formulario para con cabalidad cumplir el objetivo para el cual fue creado el instrumento de investigación.

Tipo de muestra

Muestreo aleatorio simple

Generalmente lo aplicado a este caso sería un muestreo de aleatorio simple en el que se tome como referencia para el desarrollo de una parte de este proyecto, se basó todo ello en un grupo determinado de población en la que la mayoría de los elementos que forman parte de ello en este caso los encuestados tienen una idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra.

Es importante mencionar que el muestreo aleatorio simple también es un procedimiento que de cierta manera relaciona un muestreo de probabilidad dentro de cada uno de los elementos que forman parte de la población tomada como población

objetiva y a cada posible muestra de un tamaño determinado, la misma probabilidad como se mencionó anteriormente de poder ser seleccionado.

Muestreo por conveniencia

Este tipo de muestreo es el utilizado y en el que se ha basado prácticamente este proyecto, ya que este tipo de muestreo no es probabilístico. Este mismo se aplica o puede ser aplicado a una muestra estadística, se aplica esta cuando es seleccionada en el entorno próximo al investigador, generalmente no se miden algún tipo o requisitos en específico. El objetivo como tal está en utilizar este tipo de muestreo por conveniencia con el fin de poder facilitar el trabajo al momento del desarrollo del estudio de mercado. En el caso de la encuesta realizada para Yamaha Chimaltenango, con la motocicleta Yamaha Crypton T110, fue para poder cubrir lo más posible el departamento en general de Chimaltenango.

Cálculo de la muestra

Características de la muestra

Características demográficas: Hombre y mujeres con rangos de edades de 28-40 años, estudiantes, profesionales, trabajadores (as) orientadas al departamento de Chimaltenango, Guatemala.

Características psicográficas: personas responsables y capaces de conducir una motocicleta como medio de transporte principal o alternativo para desarrollar sus actividades diarias y quieren economizar de cierta manera, agregando valor a la motocicleta Crypton T110, por su precio accesible y ahorro de combustible.

Características psicológicas: personas especialmente mujeres que se sienten inseguras al conducir una motocicleta, por medio de la Crypton T110 darles la seguridad que necesitan al momento de conducir, la flexibilidad y fácil uso de la motocicleta.

Características ambientales: Cuidar del medio ambiente reduciendo de cierta forma los impactos ambientales, con relación al uso de una motocicleta se puede reducir el

impacto de contaminación ambiental al momento de consumir menos combustible, lo que se logra con la motocicleta Crypton T110, revisando filtros de aire, aceite, la revisión constante del tubo de escape, entre otros.

Cálculo del tamaño de la muestra

El cálculo total del tamaño de la muestra se realizó en base a un nivel de confianza de 90% y un margen de error del 10% lo cual daría como resultado 67, en el cual el número de personas las cuales fueron encuestadas fueron en un total de 97 personas las que completaron a un 100% la encuesta en general. El objetivo como tal era alcanzar una muestra de 67 personas, sin embargo, se logró alcanzar mucho más del número considerado de encuestas alcanzadas y completadas.

Fórmulas para el cálculo de la muestra

FÓRMULAS DE CÁLCULO PARA n		
SITUACIÓN N	PARA ESTIMAR LA MEDIA POBLACIONAL (μ)	PARA ESTIMAR LA PROPORCIÓN POBLACIONAL (P)
N es infinita	Donde: $n = \left(\frac{Z_{\alpha/2}\sigma}{e}\right)^2$ $Z_{\alpha/2}$ = se define según el N.C. σ = Desviación estándar e = Error máximo tolerable	Donde: $n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 pq}{e^2}$ $Z_{\alpha/2}$ = se define según el N.C. p = Proporción de elementos que poseen la característica de interés e = Error máximo tolerable
N es finita (conocida)	$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 N \sigma^2}{\sigma^2 Z_{\alpha/2}^2 + (N - 1)e^2}$ Donde: N = Tamaño de la población. Las demás especificaciones, son las mismas	$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 N pq}{pq Z_{\alpha/2}^2 + (N - 1)e^2}$ Donde: N = Tamaño de la población. Se mantienen las demás especificaciones

Ilustración 17 Fórmulas

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Z=Nivel de confianza
 N=Población-Censo
 p= Probabilidad a favor
 q= Probabilidad en contra
 e= error de estimación
 n= Tamaño de la muestra

Ilustración 18 Fórmulas.1

Calculo de tamaño muestral

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{i^2}$$

Población desconocida (infinita)

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Población conocida (finita)

Ilustración 19 Fórmulas .2

Muestra para universo conocido < 100,000

$$n = \frac{Z^2 (p)(q) N}{NE^2 + Z^2 (p)(q)}$$

Muestra para universo desconocido o > 100,000

$$n = \frac{Z^2 (p)(q)}{E^2}$$

Ilustración 20 Fórmulas .3

Desarrollo de trabajo de campo

El trabajo de campo desarrollado fue en base a una investigación descriptiva de cierta forma, ya que en esta investigación se pudieron observar todas las necesidades como tal de los consumidores, las opiniones que tienen acerca del mercado de la venta de motocicletas y ciertos problemas a los que muchos se enfrentan.

Es importante mencionar que el tema de poder adquirir una motocicleta o el estar interesado en una de ellas es algo bastante positivo y fue demostrado y evidenciado en las respuestas recibidas de cada uno de los encuestados ya que un 90% están realmente interesados en una motocicleta. El propósito de la investigación como tal es poder ver si las personas encuentran o incluso sobrepasan las expectativas con la motocicleta Yamaha Crypton T110 que es a la que generalmente se le quiere dar mayor énfasis y potencial. En cuanto a las respuestas de las personas es notable que esta motocicleta si llega a cumplir su trabajo, creando fuertes expectativas por los beneficios que presenta poder adquirirla.

Respecto al género más interesado en una de ellas es el género femenino seguido del masculino. Cabe mencionar que también se evaluó la edad de los encuestados, y las edades predominantes en relación a los resultados desde 18 hasta 25 años con un 42% seguido por las edades entre 26 a 30 años con un 22%. Es importante mencionar que dentro del trabajo de campo realizado también se evaluaron aspectos en cuanto al conocimiento de la personas sobre la marca como tal, mencionando un 100% que conoce la marca Yamaha y un 100% que realmente has escuchado comentarios positivos sobre ella. Esto nos da una gran ventaja realmente sobre muchos aspectos ya que está por encima el hecho de que Yamaha para las personas es un marca bien vista y de cierta manera aprobada. Cabe mencionar que dentro de las marcas que más genera expectativa también en los clientes es la marca Honda con un 45% frente a marcas como Suzuki e Italika. Realmente gran mayoría busca en una motocicleta que esta sea cómoda, segura y genere un ahorro de combustible. Gran parte de las personas al comprar una motocicleta toma muy en cuenta la marca y calidad de esta.

Y un factor indispensable que hace dudar a muchos al comprar una moto es la poca garantía que muchas marcas ofrecen. La utilidad que las personas le dan a una moto sería el poder utilizarla como medio de trabajo o transporte a la vez representando esto un 44%. Si Yamaha les presenta la motocicleta Crypton T110, un 94% de los encuestados afirmó que sí la comprarían, siendo esta preferida por muchos en color negro. Con un 62% las personas estarían dispuestos a pagar por esta motocicleta un 62%, tomando en cuenta que la mayoría considera los precios del mercado justos y razonables.

Como parte de estrategias también de promoción también dentro del trabajo de campo se realizaron las preguntas relacionadas a si les gustaría más promociones de ventas a lo que la mayoría afirmó que sería una buena opción con un 99%. Y dentro de las promociones más destacadas están más planes de financiamiento con un 34%, seguido de la promoción de primer servicio o casco gratis con un 33%. Este trabajo de campo evidenció muchas respuestas llamativas y a la vez positivas, complementando de cierta manera esta investigación conjunta de mercado.

Obtención de la información

El proceso de recolección de datos fue bastante rápido y satisfactorio debido a que en termino de dos días aproximadamente fueron recabados los datos necesarios para poder desarrollar de manera correcta informes claros y por lo tanto una entrega de resultados objetivos. Se realizó dicha encuesta el lunes 17 y martes 18 de Octubre del presente año. Siendo enviada dicha encuesta a personas cercanas a la tienda motocicletas como también a clientes. específicamente enfocada al área del departamento de Chimaltenango para obtener una información mucho más orientada al área a la que queremos enfocarnos como tal.

Procesamiento y análisis de datos

Revisión

La investigación que se llevó a cabo fue una investigación descriptiva ya que permitió especificar de cierta forma si hombres y mujeres estarían dispuestos a comprar una motocicleta como la Yamaha Crypton T110, que pueda adecuarse a sus necesidades. Dentro de la población que fue considerada dentro del estudio por medio de la encuesta fue un grupo de 97 personas con rango de edades entre los 18-60 años, tomando como base los resultados para enfocar el desarrollo del proyecto a edades entre los 28-40 años. Todos los resultados obtenidos fueron llevados bajo el anonimato de los encuestados.

Digitalización

El proceso de digitalización de la encuesta generada se llevó a cabo por medio de un enlace, el cual se le compartido a un número de personas, esperando respuestas y opiniones oportunas de manera fácil, manteniendo la información en una base de datos confiable para luego ser digitalizada y presentada en un archivo Excel, donde se desglosan las respuestas de cada uno de los encuestados.

Corrida de datos y cruce de tablas

La corrida de datos fue mediante las gráficas generadas, mediante las cuales se muestran los resultados en porcentajes de respuestas de la población encuestada.



Ilustración 21 Pregunta 1

Interpretación: Como parte de la primer pregunta filtro de la encuesta enviada a un grupo de personas, se pudo concluir que un 90% de estas personas encuestadas realmente está interesada o podría estarlo a manera futura en poder adquirir una motocicleta. Es importante mencionar que el 10% restante dio una respuesta negativa quizá debido a factores importantes o simplemente no visualizan ni a corto, mediano o largo plazo el poder adquirir una motocicleta.



Ilustración 22 Pregunta 2

Interpretación: Respecto a la pregunta consecutiva de la encuesta realizada un 59% demostró que el género que más llenó la encuesta fueron mujeres, seguido con un

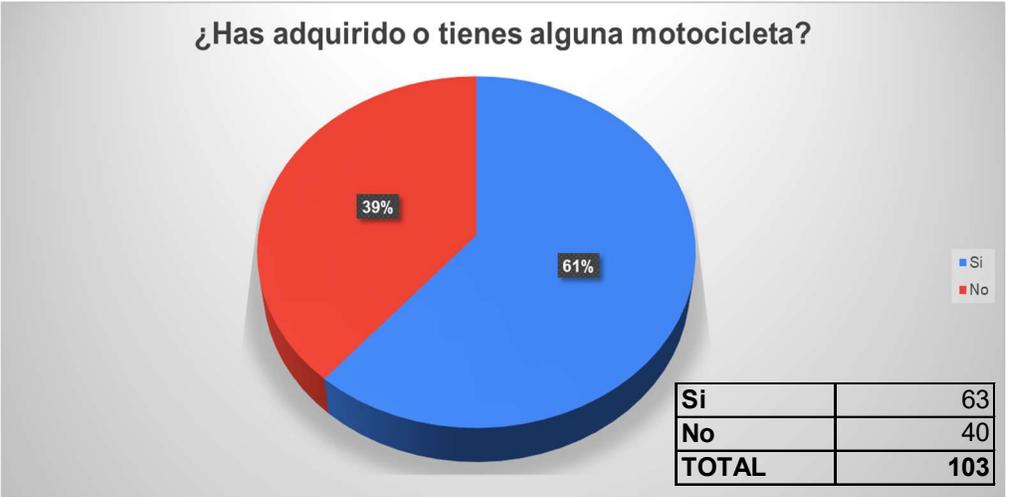
41% por hombres. Puede que esto haya sido parte de que la encuesta fue enviada a varias mujeres o simplemente ellas realmente están interesadas en adquirir una motocicleta.



18-25 años	43
26-30 años	23
31-35 años	9
36-40 años	9
41-45 años	3
46-50 años	2
Menor de 18 años	14
TOTAL	103

Ilustración 23 Pregunta 3

Interpretación: Una de las preguntas también con relevancia es la edad de los encuestados en el que podemos observar varios rangos de edades tomando en cuenta que nuestra segmentación de mercado abarca ciertas edades específicas. Simplemente con un 42% el rango de edad predominante es de 18-25 años, seguido con un 22% por edades de 26-30 años. Es importante mencionar que este factor puede deberse a que muchos jóvenes hoy en día optan por un primer vehículo, la opción de una motocicleta.



Si	63
No	40
TOTAL	103

Ilustración 24 Pregunta 4

Interpretación: Un dato importante a mencionar es que de los encuestados un 63% del total si tiene o en su momento ha adquirido una motocicleta por lo que puede identificarse realmente con la síntesis de la investigación de mercado. Así mismo un 39% de estas personas aún quizá no tiene ni ha adquirido alguna, pero en un futuro no muy lejano quisieran es por ello que se considera que está interesada la persona en continuar con el desarrollo de la encuesta.

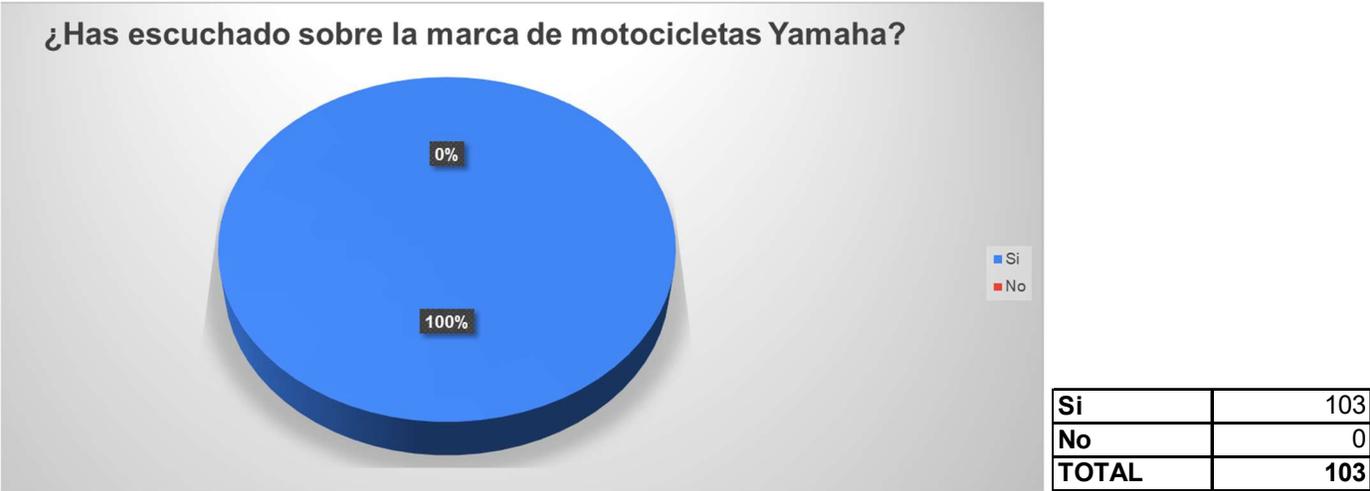


Ilustración 25 Pregunta 5

Interpretación: Un dato muy positivo para esta investigación es el hecho de mencionar que todos los encuestados con un 100% evidenciaron el conocimiento que tienen acerca de la marca Yamaha, siendo esta reconocida en Guatemala y en muchos países. Es un dato positivo para el desarrollo del proyecto saber que las personas realmente tienen conocimiento de la marca en general.

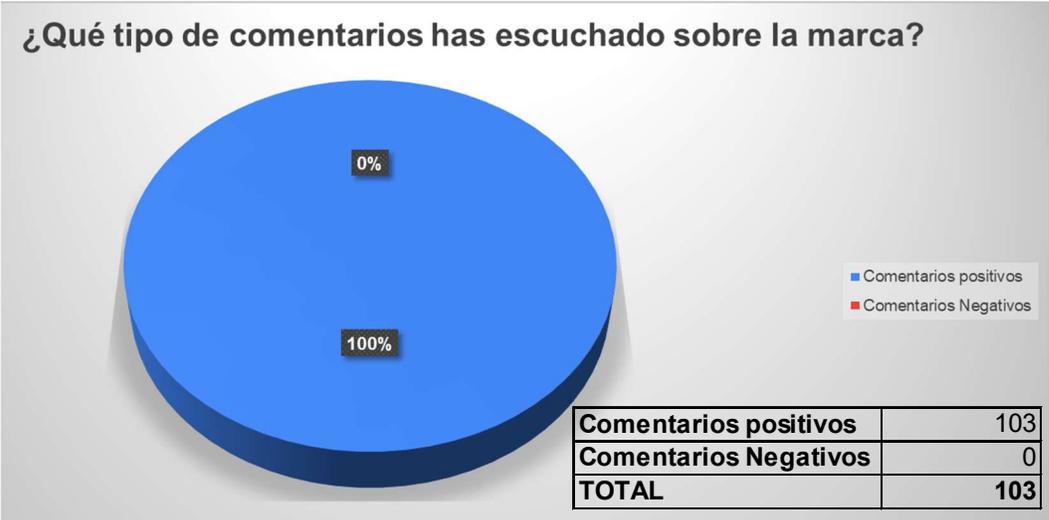


Ilustración 26 Pregunta 6

Interpretación: Otro dato positivo a tomar en cuenta es que nuevamente con un 100% se evidencia que las personas encuestadas han escuchado y conocen la marca, resaltando que todos han escuchado comentarios positivos acerca de ella y por lo tanto de los productos, siendo esto una ventaja ante todo porque el no haber recibido ni una sola respuesta en contra ya juega un papel importante.



Ilustración 27 Pregunta 7

Interpretación: Con un 45% Honda es una de las marcas del mercado de motocicletas que muchas de las personas conocen y quizá en algún momento han adquirido alguna en específico, seguido de ello se encuentra la marca Suzuki, con un 29%, evidenciando que estas marcas son fuertes competidoras para Yamaha en sí, ya que también son de las más conocidas.

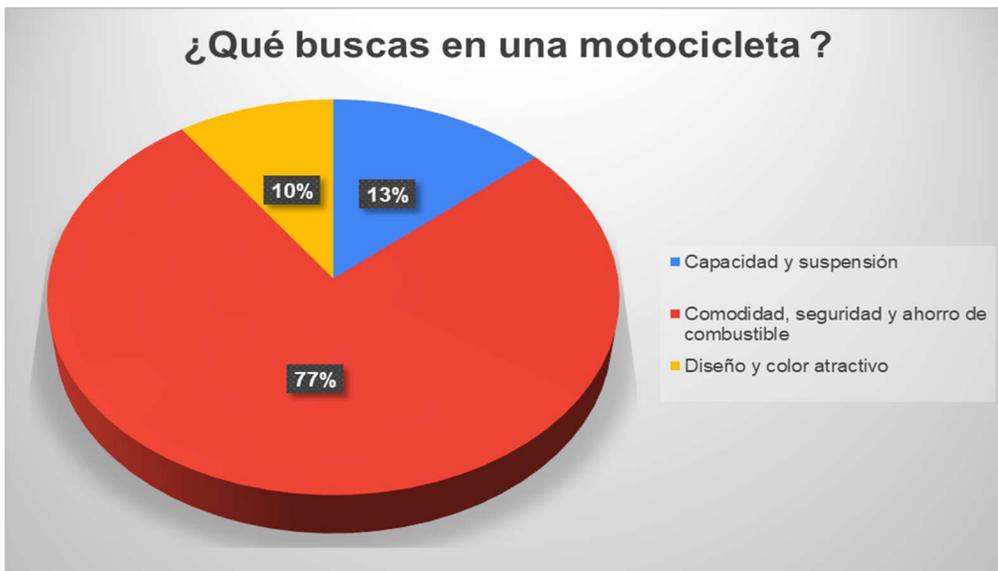


Ilustración 28 Pregunta 8

Capacidad y suspensión	14
Comodidad, seguridad y ahorro de combustible	79
Diseño y color atractivo	10
TOTAL	103

Interpretación: Con un 77% evidenciado, la mayoría de encuestados resalta realmente lo que busca en una motocicleta y con esto se refieren o hacen énfasis a comodidad, seguridad y ahorro de combustible. Seguido esto por la capacidad y suspensión dejando a un lado el diseño y color, ya que la mayoría prefiere los beneficios de esta.



Ilustración 29 Pregunta 9

Beneficios	6
Marca y Calidad	80
Nuevos diseños y tecnología	6
Precio	11
TOTAL	103

Interpretación: Es claro que con un 77% de las personas indica que al momento de comprar una motocicleta evalúan y toman muy en cuenta el aspecto de la marca y calidad de las motocicletas como tal. Es importante resaltar que es de los aspectos más importantes para los clientes y con un 11% el precio de estas mismas.

¿Cuál de estas opciones te hace dudar al momento de adquirir una motocicleta?

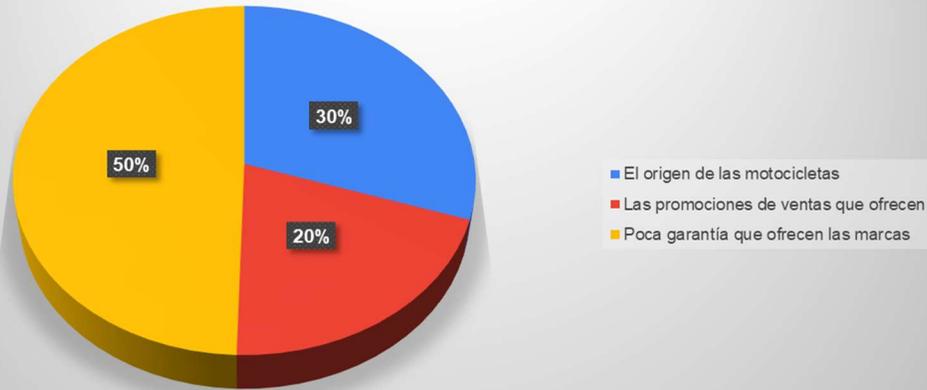
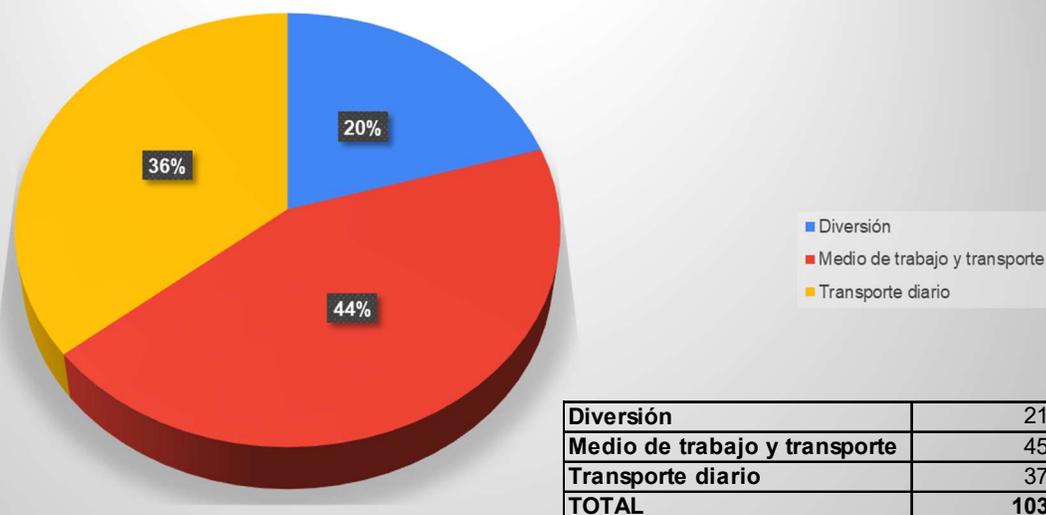


Ilustración 30 Pregunta 10

El origen de las motocicletas	31
Las promociones de ventas que ofrecen	21
Poca garantía que ofrecen las marcas	51
TOTAL	103

Interpretación: Para un cliente el que una tienda, marca o producto les genere confianza es de lo más importante ya que su decisión de compra está basada en ello es importante que el 50% de las personas consideran cierta desconfianza a que muchas marcas ofrecen muy poca garantía, tomando en cuenta que es un punto a favor para Yamaha porque brinda mayor cobertura respecto a garantía que otras marcas.

¿Qué utilidad le darías a una motocicleta?



Diversión	21
Medio de trabajo y transporte	45
Transporte diario	37
TOTAL	103

Ilustración 31 Pregunta 11

Interpretación: Con un 44% las personas utilizan o utilizarían una motocicleta como medio de transporte y trabajo a la vez, siendo este un punto a favor debido a que la motocicleta Yamaha Crypton presenta beneficios adaptables al día a día y desarrollo de cada una de las actividades de las personas.



Ilustración 32 Pregunta 12

Interpretación: Un 94% de las personas encuestadas dio luz verde a que sí comprarían la motocicleta Yamaha Crypton debido a que dentro del desarrollo de la pregunta se incluyó información valiosa de las características y beneficios de esta moto, las cuales pueden ser bien aprovechadas por los consumidores.



Ilustración 33 Pregunta 13

Interpretación: Respecto al color predominante o al que más se inclinan las personas al momento de comprar una motocicleta está el color negro con un 54% siendo este el color favorito de varios, seguido de un 27% con el color azul, dejando con un 19% la motocicleta en color rojo. En ocasiones ponen como ejemplo que el color rojo es un color orientado más a mujeres, puesto que el de preferencia siempre será el negro.

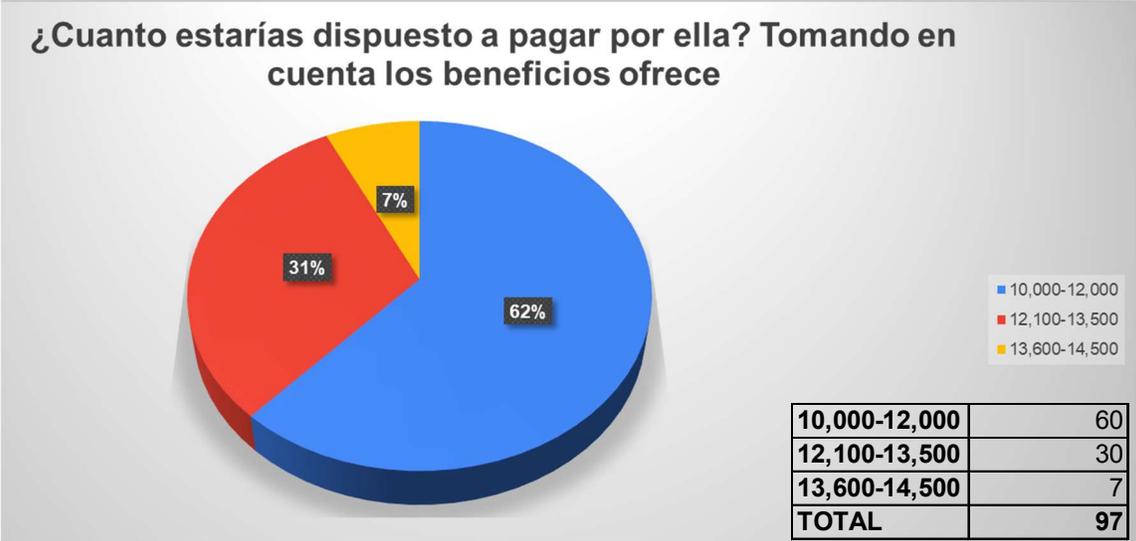


Ilustración 34 Pregunta 14

Interpretación: Con un 62% las personas indicaron que por una motocicleta con las descripciones que se les plantearon pagarían de 10,000-12,000 quetzales. Tomando en cuenta que con un 31% estarían dispuestos varios a pagar de 12,100-13,500 por la motocicleta y es un avance ya que está se encuentra en ese rango de precio, no en la opción líder sino en la seguidora.

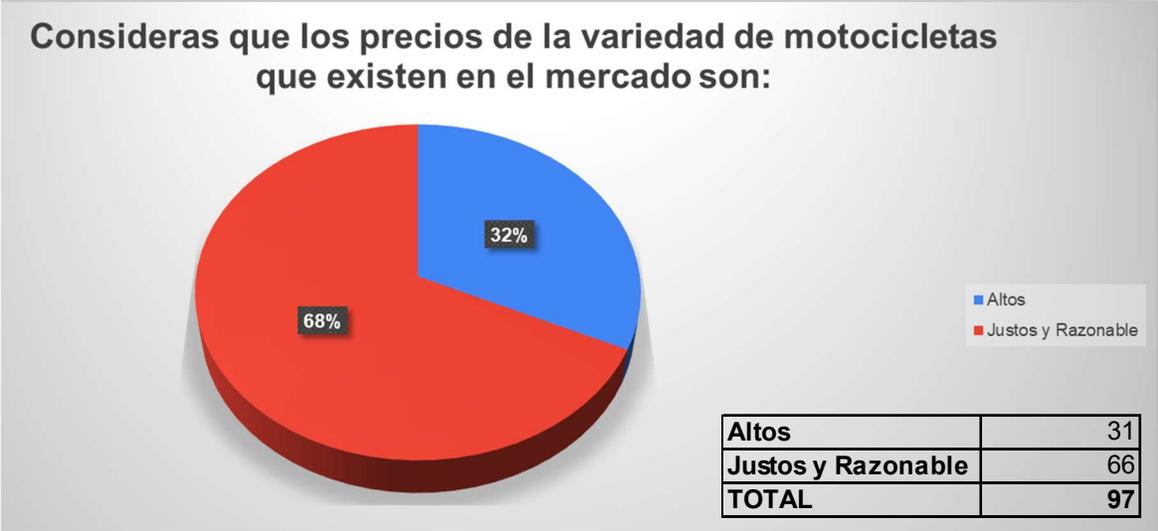


Ilustración 35 Pregunta 15

Interpretación: Las personas con un 68% consideran que los precios hoy en día en las motocicletas del mercado son precios justos y razonables adaptados a las capacidades y ventajas que las motos representan para las personas. Y un 32% considera que son precios altos.



Ilustración 36 Pregunta 16

Interpretación: Un 99% por ciento de las personas considera que sería una buena opción el tener muchas más promociones de ventas atractivas al momento de ellos comprar una motocicleta, siendo parte esto de la motivación también para los clientes.



Ilustración 37 Pregunta 17

Casco gratis por la compra de la motocicleta	32
Más planes de financiamiento	33
Primer servicio post venta completamente gratuito	32
TOTAL	97

Interpretación: Los resultados de la última pregunta de la encuesta fueron muy reñidos debido a que con un 34% las personas indican que una promoción atractiva para ellos serían contar con más planes de financiamiento ya que no todas las personas cuentan con las mismas capacidades para comprarla al contado. Seguido de ello, con un 33% está el caso o servicio gratis en la compra de la motocicleta, llevando a esto a motivar de cierta manera al cliente.

Informe Final

Informe Final

Dentro de este estudio de mercado se pudieron identificar distintos hallazgos clave, que sin duda alguna son puntos específicos para poder conocer más a fondo cada una de las necesidades y preferencias de los consumidores, en lo que respecta a los puntos más importantes para ellos al momento de elegir y querer comprar una motocicleta, dentro de estos principales hallazgos podemos encontrar lo siguiente:

- Por medio de este estudio se pudieron encontrar factores muy importantes a considerar, mencionando que la mayoría de las personas realmente están interesadas en adquirir una motocicleta en su mayoría le darían la utilidad como un medio de transporte diario y como un medio de trabajo por la economía que esto representa.
- Un porcentaje grande de mujeres fueron quienes contestaron la encuesta completa evidenciando su interés en adquirir una motocicleta tanto a corto como a mediano o largo plazo.
- El estudio de mercado evidencia el conocimiento de las personas sobre la marca, y los comentarios positivos que escuchan o han escuchado sobre ella.
- Un aspecto importante encontrado es que la mayoría conoce e identifica a Yamaha como una marca de calidad, seguido por las marcas Honda y Suzuki.
- Al momento de adquirir una motocicleta la gran mayoría de encuestados esperan de esta, la comodidad, seguridad y el ahorro en cuanto a combustible, seguido por los beneficios que esta misma les pueda ofrecer.
- El color determinante en cuanto a elección por los consumidores fue el tradicional color negro, mencionando a su vez que los precios manejados dentro del mercado son para ellos, considerables y justos.
- Un factor determinante en cuanto a la duda que a muchas personas les impide comprar una motocicleta o simplemente se cuestionan al momento de comprar una motocicleta, es el origen y la poca garantía que muchas marcas ofrecen al consumidor.

- La mayoría de las personas encuestadas dieron su opinión positiva acerca de generar promociones de ventas atractivas dentro de lo principal mencionaron las promociones relacionadas a más formas de financiamiento, casco o un primer servicio gratis en la compra del producto.
- En la encuesta mencionada la gran mayoría dio su visto bueno y positivo a poder adquirir la motocicleta Yamaha Crypton T110, dado que les presentó los beneficios de adquirir una motocicleta como esta y el gran ahorro económico y de combustible que representa esta motocicleta si se adquiere.

Hallazgos y Conclusiones

- Un dato importante es que gran mayoría de las personas que iniciaron la encuesta están realmente interesados en poder adquirir una motocicleta tanto a corto, mediano o largo plazo.
- El color predominante según las preferencias de las personas encuestadas y en este caso enfocado ello a los consumidores es el color negro.
- Un porcentaje alto evidenciado es que las personas poseen o en algún momento han adquirido una motocicleta por lo que realmente les intereso la investigación.
- La mayor parte de personas se inclinan por la marca y calidad al momento de adquirir una motocicleta.
- Generalmente las personas consideran que los precios que las tiendas de motocicletas ofrecen al mercado son justos y razonables por las características y beneficios de los productos.
- La mayoría utiliza un vehículo de dos ruedas o lo utilizarían como medio de transporte y trabajo debido a la facilidad y economía que representa.

Recomendaciones

A través de buenas estrategias en cuanto al desarrollo de un buen plan de marketing y la implementación de promociones atractivas al consumidor y más información de manera constante se podrá evidenciar de cierta manera el factor beneficio que implica la motocicleta Yamaha Crypton T110.

Ver a través de los ojos de los compradores ayudará a generar mucho más éxito como empresa al mercado y por lo tanto el producto al cual se le está realizando énfasis tendrá a un mayor potencial si de manera correcta puede ser adaptado a las necesidades de cada uno de los consumidores.

Se recomienda de cierta manera poder impulsar las ventas con innovaciones en cuanto a presentar promociones de ventas llamativas que puedan de cierta manera captar más clientes y motivarlos al momento de realizar su compra. Esto cambiará el rumbo de todo debido a que al hacer una análisis de comparación frente a la competencia incluso, como empresa hay muchos factores que juegan a favor de, y crearán muchas más ventajas competitivas.

Es importante también poder evaluar el producto y darle la importancia que se merece, resaltando los atributos que como motocicleta tiene, estos deben estar claramente definidos para que, al momento de potenciar incluso la publicidad de esta, alcance el éxito deseado y por lo tanto más ventas.

El objetivo de toda encuesta online es poder recopilar información y también es recomendable estructurar de manera detallada cada una de las preguntas y opciones de respuestas para expresar de la mejor manera por medio de palabras el mensaje claro que queremos transmitir a los clientes potenciales, y por lo tanto generar respuestas positivas en base a las opiniones de cada uno.

Fase III

Factibilidad Técnica

El aumento del precio de la gasolina y el ahorro de tiempo ha motivado a más guatemaltecos a encontrar nuevas opciones de transporte. Es por lo que hoy en día muchas personas optan realmente por adquirir medios de transporte de dos ruedas, en este caso motocicletas. Ello por la manera tan ágil de poder transportarse y poder de cierta manera economizar o ahorrar combustible.

Es importante mencionar que parte de este estudio de factibilidad técnica va de la mano con esto, debido a que el proyecto en sí trata de incrementar las ventas de la motocicleta Yamaha Crypton T110, sin embargo, no se trata únicamente de promociones, ventas y números a nivel general. Todo este estudio trata la manera de ver más allá de ello, sino también de manera técnica que ocurre antes de todo, como ingresan las motocicletas al país, como se almacenan y entre otros aspectos.

El número de motos alcanza y reflejan el crecimiento del 77% en los últimos siete años, así como el aumento de las importaciones. Las marcas de motocicletas más vendidas son Suzuki, Bajaj, Honda, Yamaha, Freedom, Italika, Yumbo, Hero, Movesa, Genesis, Cadisa y TVS. Las ventas de éstas suman el 95% del total del mercado nacional.

El sector de motocicletas es un actor realmente importante en la actividad económica del país debido a que es prácticamente el responsable del transporte de muchas personas, generando trabajo e importantes ingresos si de cierta manera hay un medio de trabajo y transporte. Realmente con el ingreso de este tipo de productos al país se generan ingresos importantes para el país por medio de impuestos y aranceles como tal. Esto no solo abarca el ensamblaje de motocicletas y la comercialización de estas sino actividades también relacionadas con la postventa, como lo son repuestos y accesorios para las motocicletas.

Ilustración 38 Contenedores



Yamaha Chimaltenango en este caso no es fabricante y tampoco es el importador directo, sin embargo, al ser una empresa que labora para Yamaha Guatemala con el respaldo de Canella, S.A, por más de 14 años, conocen y toman en cuenta cada uno de los procesos del ingreso de las motocicletas al país, debido a que, al ser un distribuidor oficial de la marca, debe estar al pendiente lo más posible de este tipo de procesos. Cabe mencionar que cada una de las motocicletas de Yamaha, son fabricadas desde 0 en Hamamatsu, Shizuoka, Japón.



Ilustración 39 Fabricación

Desde que se realiza un pedido de motocicletas, se toman en cuenta 3 meses para que dicho pedido ingrese a Guatemala. Cada una de las motocicletas ingresan mediante contenedores dentro de los cuales vienen miles de motocicletas y son desembarcadas en Puerto Quetzal.

Cabe mencionar que estas motocicletas que ingresan a Guatemala vienen un 75% por ciento armadas, y el otro 25% restante para concluir el proceso de ensamblaje de cada una de ellas, se realiza en las instalaciones de la ensambladora en Santa fe, zona 13 de Guatemala.



Ilustración 40 Distribución

colores a cada uno de los consumidores.

Posterior a ello se comienzan a surtir los pedidos de cada uno de los distribuidores a nivel nacional. Yamaha Chimaltenango al ser uno de los distribuidores más grandes, realiza pedidos constantes de motocicletas, en cantidades para poder tener alto inventario y poder ofrecer variedad de motocicletas y

Las instalaciones de la agencia de motocicletas Yamaha Chimaltenango son realmente espaciaosas, desde sala de ventas hasta la bodega con la que se cuenta para el almacenaje de las motocicletas. En general las medidas del espacio completo del negocio son de 16 metros de ancho x42 metros de fondo. La bodega principal que es donde se almacenan las motocicletas en este caso que son los productos principales tiene una capacidad para almacenar alrededor de 100 motocicletas. Estando distribuido el espacio por sala de ventas, área de repuestos, área de servicios y la bodega principal.



Ilustración 41 Bodega de Almacenaje

Factibilidad Administrativa Legal

En esta parte del estudio se examinará la viabilidad del proyecto en cuanto a aspectos a legislación laboral, normas que rigen en el país en cuanto a productos para el consumo humano, estructura organizacional de la empresa, capacidades necesarias del personal que labora en la misma y otros relacionados al aspecto administrativo. En sí desde un punto esta factibilidad realiza un análisis y también una evaluación, con el fin de poder de cierta manera comprobar y confirmar que el proyecto cumpla con los requisitos o requerimientos necesarios para dicho funcionamiento. Y esto es parte esencial de cualquier tipo de proyecto, debido a que todo ello también engloba normas jurídicas que de ellas depende llevar a cabo dicho proyecto. En toda empresa tiene que afrontar situaciones y decisiones ya que constantemente una empresa se encuentra en crecimiento, es por esto que, tiene una empresa en sí necesidades de

cada uno de los colaboradores naciendo así las obligaciones laborales, las cuales deben cumplirse.



Ilustración 42 Patente de Comercio

Dentro de los aspectos más importantes, podemos mencionar lo siguiente:

Aspectos legales

Es necesario recordar que, para la operación de cualquier empresa en Guatemala debe registrarse de acuerdo con las normas jurídicas guatemaltecas, con el fin de que llene los requisitos legales indispensables para su buena organización y desarrollo. Debe hacerse notar que Yamaha Chimaltenango es una empresa que ya se encuentra en funcionamiento, por lo que la mayoría de estos trámites y procedimientos ya han sido realizados. Tales como la inscripción legal de la empresa en el registro mercantil.

Obligaciones de los patronos

El Artículo 61 del Código de Trabajo de la República de Guatemala contempla varias obligaciones que los patronos deben cumplir hacia sus trabajadores o bien a las instituciones del país a las cuales debe responder. La obligaciones de cada patrono como se menciona con anterioridad, es el pago de los salarios de los colaboradores, lo cual es de vital importancia para evitar incurrir de cierta manera faltas administrativas

o gastos que pueden evitarse.

Otra de las obligaciones es el pago del salario mínimo ya que según la ley todos los trabajadores tienen derecho a un salario mínimo el cual es calculado conforme a las necesidades sociales que se presentan y el costo de los recursos necesarios para subsistir. Según la realidad de algunos sitios no es realmente factible el poder pagar un salario mínimo generalmente esto lo hacen porque muchas empresas en sí están iniciando labores como tal, sin embargo, evitan el pago de este por medio de no mantener un contrato de trabajo como tal.

También es importante mencionar el respeto hacia las jornadas laborales, en el caso de Yamaha Chimaltenango se manejan jornadas diurnas, dentro del horario normal en la sala de ventas y agencia de motocicletas a nivel general. De no ser así se contempla así mismo el pago de horas extras y debe tomarse muy en cuenta debido a que su pago es más elevado al pago de una hora ordinaria de trabajo como tal. Esto ha conllevado al aprovechamiento de los días para la obtención de mejores resultados en ventas y aumento de ganancias. Sin embargo, el trabajo realizado por los trabajadores en días de descanso representa un adicional a los días regulares de trabajo. Son considerados días de asueto únicamente los establecidos por la ley, tales como los regulados en el artículo 127 del Código de trabajo y otros como los creados por decretos especiales.

Factibilidad Financiera

La factibilidad financiera o el estudio de factibilidad financiera realizado para poder evaluar de cierta forma la viabilidad del proyecto a desarrollar para Yamaha Chimaltenango y el incremento del 10% de ventas de la motocicleta Yamaha Chimaltenango, fue realizado de manera cuidadosa y veraz para mostrar datos concordantes y viables para la realización y real adaptación del proyecto a nivel general. Este estudio realizado, refleja datos muy precisos y profundos desarrollados en el siguiente contenido. Todo ello para evaluar de cierta forma desde ganancias hasta pérdidas si pudieran darse en el proceso.

Asignación de Costos (Fijos y Variables)

Costos Fijos

Nombre de la empresa

Costos Fijos	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23
COSTOS FIJOS												
Recursos Humanos												
Vendedor / Piloto	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q3,000	Q3,000	Q3,000	Q 3,000				
Total RR.HH	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q3,000	Q3,000	Q3,000	Q 3,000				
Gastos Generales												
Energia Electrica	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150
Gasolina	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500
Alquiler de Local	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q1,200	Q1,200	Q1,200	Q 1,200				
Total Gastos Generales	Q 1,850	Q 1,850	Q 1,850	Q 1,850	Q1,850	Q1,850	Q1,850	Q 1,850				
Marketing												
Publicidad y Promoción	Q 1,000		Q 1,000		Q1,000		Q1,000			Q 1,000	Q 1,000	Q 1,000
Total Marketing	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q -	Q1,000	Q -	Q1,000	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q 1,000	Q 1,000
Total Costos Fijos	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 4,850	Q5,850	Q4,850	Q5,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 5,850

Tabla 11 Costos Fijos

TOTAL FIJOS Q66,200

Como parte de los costos fijos desarrollados se encuentran los costos de recursos humanos, gastos generales de la empresa y gastos relacionados con Marketing, describiendo estos costos dentro de un periodo de un año tomando en cuenta desde enero hasta el mes de Diciembre del año 2,023, dando un total de costos fijos de Q66,200 anuales. Tomando en cuenta que al area de Marketing se le dará mayor prioridad en meses especificos, 8 meses abarcarán marketing que se consideran los meses más importantes. Cabe mencionar que estos costos fijos van variando dependiendo cada uno de los años no siempre son los mismos, sino el incremento entre años es claro.

Costos Variables

Nombre de la empresa: **Yamaha Chimaltenango**

COSTOS VARIABLES UNITARIOS POR PRODUCTOS

Producto 1:

Moto Yamaha Crypton

Insumo	Monto total de la compra	Unidad de medida	Para cuántos productos rinde la compra	Costo unitario
Motocicleta Crypton	Q 10,500.00	Unidad	1	Q 10,500.00
Comision sobre venta	Q 100.00	Unidad	1	Q 100.00
Traslado de	Q 50.00	Unidad	1	Q 50.00
Costo unitario por producto				Q 10,650.00

Tabla 12 Costos Variables

Como parte del detalle de costos variables se puede mencionar que se tomaron en cuenta factores importantes, debido a que Yamaha Chimaltenango no es el fabricante de las motocicletas. Es por esto por lo que se tomó en cuenta cada uno de estos costos teniendo como producto a la motocicleta Yamaha Crypton, la cual tiene un costo de Q10,500, a esto se le suman las comisiones sobre ventas de la motocicleta y el traslado de esta ya que en la mayoría de los casos lo requiere. Teniendo un total del costo unitario del producto en este caso la motocicleta de Q10,650. Es importante tomar en cuenta que este costo unitario o costo de ventas del producto va variando año con año.

Proyección de Ventas

La proyección de ventas es mensualizada y anualizada tomando en cuenta el año 2,023 al año 2,027. Cabe mencionar que esta proyección de ventas se realizó tomando en cuenta datos importantes en cuanto a las ventas pasadas proyectadas específicamente en el año 2,022. Estos datos sirvieron como base para poder tomar en cuenta el número de unidades con el cual la tienda Yamaha Chimaltenango tenía que comenzar el año 2,023, tomando en cuenta que la prioridad en el desarrollo de

todo esto, es la motocicleta Yamaha Crypton a la que le dará un mayor impulso y potencial.

Pronóstico de Ventas Yamaha Chimaltenango		
Motocicleta Yamaha Crypton		
Mes	Unidades Vendidas 2,022	Pronóstico Año 2,023
Enero	3	#N/D
Febrero	2	3
Marzo	3	2.7
Abril	4	2.79
Mayo	4	3.153
Junio	3	3.4071
Julio	6	3.28497
Agosto	4	4.099479
Septiembre	3	4.0696353
Octubre	3	3.74874471
Noviembre	3	3.524121297
Diciembre	5	3.366884908
Total	43	3 Motocicletas

Tabla 13 Pronóstico Factibilidad

Para realizar la proyección de ventas para los siguientes 5 años, fue necesario tomar en cuenta el pronóstico de ventas de Yamaha Chimaltenango que engloba puntos extensivos, las unidades vendidas durante el año anterior que en este caso fue el año 2,022.

Es importante mencionar que del mes enero a diciembre el total de motocicletas Crypton vendidas en la agencia principal a la que nos estamos enfocando y a sus puntos extensivos, fue de 43 motocicletas.

En base a esa información se realizó el pronóstico para el año 2,023, tomando en cuenta que dicho año debe iniciar vendiendo un promedio de 3 motocicletas Crypton T110.

Tabla 14 Proyección de Ventas 2023-2027

Año 2023	Yamaha Chimaltenango	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total Unidades
	UNIDADES	3	3	3	3	4	3	6	3	4	4	4	7	47
	PRECIO	Q 13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q 13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q 13,500	Total Ventas
	MONTO	Q 40,500	Q40,500	Q40,500	Q40,500	Q54,000	Q40,500	Q 81,000	Q40,500	Q54,000	Q54,000	Q54,000	Q 94,500	Q 634,500
AÑO 2024	Yamaha Chimaltenango	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total Unidades
	UNIDADES	3	3	3	3	4	4	7	4	4	5	4	8	52
	PRECIO	Q 13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q 13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q 13,500	Total Ventas
	MONTO	Q 40,500	Q40,500	Q40,500	Q40,500	Q54,000	Q54,000	Q 94,500	Q54,000	Q54,000	Q67,500	Q54,000	Q108,000	Q 702,000
% CRECIMIENTO	10%													
AÑO 2025	Yamaha Chimaltenango	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total Unidades
	UNIDADES	3	3	3	3	4	5	8	5	4	6	4	9	57
	PRECIO	Q 13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q 13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q 13,500	Total Ventas
	MONTO	Q 40,500	Q40,500	Q40,500	Q40,500	Q54,000	Q67,500	Q108,000	Q67,500	Q54,000	Q81,000	Q54,000	Q121,500	Q 769,500
% CRECIMIENTO	10%													
AÑO 2026	Yamaha Chimaltenango	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total Unidades
	UNIDADES	3	3	3	3	4	6	9	6	5	7	4	10	63
	PRECIO	Q 13,600	Q13,600	Q13,600	Q13,600	Q13,600	Q13,600	Q 13,600	Q13,600	Q13,600	Q13,600	Q13,600	Q 13,600	Total Ventas
	MONTO	Q 40,800	Q40,800	Q40,800	Q40,800	Q54,400	Q81,600	Q122,400	Q81,600	Q68,000	Q95,200	Q54,400	Q136,000	Q 856,800
% CRECIMIENTO	10%													
AÑO 2027	Yamaha Chimaltenango	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total Unidades
	UNIDADES	3	3	3	3	5	7	10	7	6	7	4	11	69
	PRECIO	Q 13,650	Q13,650	Q13,650	Q13,650	Q13,650	Q13,650	Q 13,650	Q13,650	Q13,650	Q13,650	Q13,650	Q 13,650	Total Ventas
	MONTO	Q 40,950	Q40,950	Q40,950	Q40,950	Q68,250	Q95,550	Q136,500	Q95,550	Q81,900	Q95,550	Q54,600	Q150,150	Q 941,850
% CRECIMIENTO	10%													

Dicha proyección presentada, abarca desde el año 2,023 hasta el año 2,027, resaltando el incremento de ventas del 10% que se quiere en cuanto a las unidades. En los resultados totales de motocicletas vendidas de manera anual, podemos identificar dicho crecimiento constante del 10% en cuanto a unidades, terminando el

año 2,023 con un total de 47 unidades vendidas, el año 2,024 se espera vender al final del año 52 unidades totales, y de forma sucesiva se puede evidenciar el crecimiento del 10% de unidades vendidas. Es importante mencionar que la distribución de las unidades vendidas también va acorde a los meses más demandantes del año, ya que generalmente los primeros meses del año son bajos en cuanto a ventas, pero a partir del mes de junio en adelante realmente inicia la temporada alta de ventas. Es necesario también evidenciar que el precio de la motocicleta no será el mismo todos los años debido a factores de inflación, los cuales fueron tomados en cuenta al momento de realizar la proyección. Esperando así en el año 2,027 lograr vender durante todo el año 69 motocicletas Crypton, poniendo el punto de atención más que todo a Yamaha Chimaltenango y sus puntos extensivos.

Estado de Resultados

Nombre de la empresa **Yamaha Chimaltenango**

Estado de Resultados Proyectado	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	Total
Ingresos Operacionales													
Ingreso TOTAL	Q40,500	Q40,500	Q40,500	Q40,500	Q54,000	Q40,500	Q81,000	Q40,500	Q54,000	Q54,000	Q54,000	Q94,500	Q634,500
Costos Variables													
Total Costos Variables	Q31,950	Q31,950	Q31,950	Q31,950	Q42,600	Q31,950	Q63,900	Q31,950	Q42,600	Q42,600	Q42,600	Q74,550	Q500,550
Margen de Contribución	Q 8,550	Q 8,550	Q 8,550	Q 8,550	Q11,400	Q 8,550	Q17,100	Q 8,550	Q11,400	Q11,400	Q11,400	Q19,950	Q133,950
Costos Fijos													
Total Costos Fijos	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 66,200
EBITDA (Utilidad)	Q 2,700	Q 3,700	Q 2,700	Q 3,700	Q 5,550	Q 3,700	Q11,250	Q 2,700	Q 6,550	Q 5,550	Q 5,550	Q14,100	Q 67,750
% Costo Variable	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79
% Costo Fijo	0.14	0.12	0.14	0.12	0.11	0.12	0.07	0.14	0.09	0.11	0.11	0.06	0.10
Utilidad Perd. O Margen	0.07	0.09	0.07	0.09	0.10	0.09	0.14	0.07	0.12	0.10	0.10	0.15	0.11

Tabla 15 Estado de Resultados

El estado de resultados presentado está relacionado específicamente con el año 2,023 y las ventas totales del año. Tomando en cuenta que este estado de resultados

relaciona los ingresos totales con los costos variables, obteniendo así un margen de contribución. De este margen de contribución se restan cada uno de los costos fijos que Yamaha Chimaltenango tendrá durante cada mes en el periodo del año 2,023. Evidenciando de esta manera que dicho proyecto en el primer año tendrá muy buenos resultados de utilidad, ningún resultado será de pérdida, por lo que, de utilidad anual del año 2,023, tiene un resultado bastante positivo de Q67,750. Teniendo un margen de utilidad del 0.11 en el año.

Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO		
Costos Fijos	Q	66,200
Precio de Venta	Q	13,500
Costo variable unitario	Q	10,650
Costos Fijos	Q	66,200
Precio de Venta-Costo de V	Q13,500-Q10,650	
	Q	2,850
	Q	23.23
Punto de Equilibrio		23.23

$$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$$

CF Costos fijos
P Precio unitario
CV Costos variables unitarios

Ilustración 43 Fórmula Punto de Equilibrio

Tabla 16 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio fue realizado en base a la proyección del primer año en este caso el año 2,023. Se tomaron en cuenta datos importantes dentro de los que se mencionan los costos fijos generales del primer año, seguido por el precio de venta de la motocicleta al primer año, y al costo de variable unitario, el resultado como tal de la operación realizada está dando un resultado estimado de 23.23 en este caso 23 unidades debieron de haber sido vendidas para poder alcanzar un punto de equilibrio o el punto de equilibrio necesario para ser viable. Sin embargo, esto quiere decir que realmente se han vendido durante el año 2,023 muchas más unidades de las establecidas por el punto de equilibrio, alcanzando un total de 47 unidades vendidas

al año. Esto es beneficioso realmente para la empresa porque se han superado de cierta manera las expectativas.

Presupuesto Mensual y Anual

Mensualizado al Primer año y anualizado al quinto año

PRESUPUESTO MENSUAL 2023													
Periodo	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Unidades Vendidas	3	3	3	3	4	3	6	3	4	4	4	7	47
Precio de Venta	Q 13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q 13,500	Q13,500	Q 13,500						
Total de Venta	Q 40,500	Q40,500	Q40,500	Q40,500	Q 54,000	Q 40,500	Q 81,000	Q 40,500	Q 54,000	Q 54,000	Q54,000	Q 94,500	Q 634,500.00
Costo Unitario	Q 10,650	Q10,650	Q10,650	Q10,650	Q 10,650	Q10,650	Q 10,650						
Total Costo Unitario	Q 31,950	Q31,950	Q31,950	Q31,950	Q 42,600	Q 31,950	Q 63,900	Q 31,950	Q 42,600	Q 42,600	Q42,600	Q 74,550	Q 500,550.00
Utilidad Bruta	Q 8,550	Q 8,550	Q 8,550	Q 8,550	Q 11,400	Q 8,550	Q 17,100	Q 8,550	Q 11,400	Q 11,400	Q11,400	Q 19,950	Q 133,950.00
Sueldo Ventas	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 36,000.00
Energía Eléctrica	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 1,800.00
Combustible	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 6,000.00
Alquiler	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 14,400.00
Marketing	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q 1,000	Q 1,000	Q 8,000.00
Total	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 66,200.00
													Q 67,750.00

Tabla 17 Presupuesto Mensual y Anual

El presupuesto mensualizado al primer año incluye datos desde el mes de enero hasta el mes de diciembre, tomando en cuentas las unidades vendidas, dando un total de 47 unidades vendidas y Q634,500 vendido en cuanto al montón total. Así mismo se toma en cuenta el total del costo unitario y restando eso al total de ventas, se tiene la utilidad bruta la cual es de Q133,950. Cabe mencionar que dentro de este presupuesto se toman en cuenta los gastos generales que son de Q66,200. Ese es el valor real del presupuesto, lo que realmente es el presupuesto a gastar para el año 2,023.

A continuación, se presentan los presupuestos anualizados al quinto año, los cuales reflejan cifras claras en cada una de las categorías, resaltando así el porcentaje de gastos que implicará cada categoría durante el desarrollo de cada uno.

Tabla 19 Presupuesto Anual 2024

PRESUPUESTO ANUAL 2024			
TOTAL PRESUPUESTO	Q	69,520.00	100%
CATEGORIA			% de Inversión por Categoría
PERSONAL			
Sueldo de Vendedor	Q	37,200.00	53.51%
Total	Q	37,200.00	
GASTOS GENERALES			
Energía Eléctrica	Q	1,920.00	33.83%
Combustibles	Q	6,600.00	
Alquiler	Q	15,000.00	
Total	Q	23,520.00	
MARKETING			
Publicidad	Q	8,800.00	12.66%
TOTAL EJECUCION			100.00%

Tabla 18 Presupuesto anual 2025

PRESUPUESTO ANUAL 2025			
TOTAL PRESUPUESTO	Q	71,200.00	100%
CATEGORIA			% de Inversión por Categoría
PERSONAL			
Sueldo de Vendedor	Q	38,400.00	53.93%
Total	Q	38,400.00	
GASTOS GENERALES			
Energía Eléctrica	Q	2,100.00	33.71%
Combustibles	Q	6,900.00	
Alquiler	Q	15,000.00	
Total	Q	24,000.00	
MARKETING			
Publicidad	Q	8,800.00	12.36%
TOTAL EJECUCION			100.00%

Tabla 21 Presupuesto Anual 2026

PRESUPUESTO ANUAL 2026			
TOTAL PRESUPUESTO	Q	75,600.00	100%
CATEGORIA			% de Inversión por Categoría
PERSONAL			
Sueldo de Vendedor	Q	40,200.00	53.17%
Total	Q	40,200.00	
GASTOS GENERALES			
Energía Eléctrica	Q	2,400.00	34.13%
Combustibles	Q	7,200.00	
Alquiler	Q	16,200.00	
Total	Q	25,800.00	
MARKETING			
Publicidad	Q	9,600.00	12.70%
TOTAL EJECUCION			100.00%

Tabla 20 Presupuesto Anual 2027

PRESUPUESTO ANUAL 2027			
TOTAL PRESUPUESTO	Q	78,400.00	100%
CATEGORIA			% de Inversión por Categoría
PERSONAL			
Sueldo de Vendedor	Q	41,400.00	52.81%
Total	Q	41,400.00	
GASTOS GENERALES			
Energía Eléctrica	Q	2,700.00	34.44%
Combustibles	Q	7,500.00	
Alquiler	Q	16,800.00	
Total	Q	27,000.00	
MARKETING			
Publicidad	Q	10,000.00	12.76%
TOTAL EJECUCION			100.00%

Es importante mencionar que estos presupuestos anualizados al año 2,027 son claros con respecto a lo que realmente se tiene planeado gastar durante cada año, tomando

en cuenta que todo va variando con el paso de los años, dando como resultado porcentajes completamente diferentes pero muy cercanos a la realidad.

Presupuesto Anual Pesimista

PRESUPUESTO ANUAL PESIMISTA AÑO 2023													
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Unidades Vendidas	3	2	3	4	4	3	6	4	3	3	3	5	43
Precio de Venta	Q 13,500												
Total de Venta	Q 40,500	Q 27,000	Q 40,500	Q 54,000	Q 54,000	Q 40,500	Q 81,000	Q 54,000	Q 40,500	Q 40,500	Q 40,500	Q 67,500	Q 580,500
Costo Unitario	Q 10,650												
Total Costo Unitario	Q 31,950	Q 21,300	Q 31,950	Q 42,600	Q 42,600	Q 31,950	Q 63,900	Q 42,600	Q 31,950	Q 31,950	Q 31,950	Q 53,250	Q 457,950
Utilidad Bruta	Q 8,550	Q 5,700	Q 8,550	Q 11,400	Q 11,400	Q 8,550	Q 17,100	Q 11,400	Q 8,550	Q 8,550	Q 8,550	Q 14,250	Q 122,550
Sueldo Ventas	Q 3,900	Q 3,901	Q 3,902	Q 3,903	Q 3,904	Q 3,905	Q 3,906	Q 3,907	Q 3,908	Q 3,909	Q 3,910	Q 3,911	
Energía Eléctrica	Q 600												
Combustible	Q 500												
Alquiler	Q 6,000	Q 2,000											
Marketing	Q 1,000		Q 1,000		Q 1,000		Q 1,000	Q 1,000		Q 1,000	Q 1,000	Q 1,000	
Total	Q 12,000	Q 11,001	Q 12,002	Q 11,003	Q 12,004	Q 11,005	Q 12,006	Q 12,007	Q 11,008	Q 12,009	Q 12,010	Q 8,011	Q 136,066
													-Q 13,516

Tabla 22 Presupuesto Anual Pesimista

Se puede tomar en cuenta este presupuesto, en esta ocasión fue mucho más detallado, debido a que según este presupuesto pesimista si se viera desde ese punto, llegarían a venderse 43 motocicletas, 5 motocicletas menos que lo que se pretendía vender en el año 2,023. Dicho presupuesto pesimista fue en base al año 2,023.

Así mismo dentro de un presupuesto pesimista como esta proyección de ejemplo se podrían aumentar los sueldos, alquileres, entre otros. Pero el problema radicaría en que no habría ningún tipo de ganancia en el año, es más todo ello generaría pérdidas. Debido a que se aumentarían los gastos generales sin tener mayores ventas, prácticamente se estaría vendiendo lo mismo que el año anterior en cuanto a unidades totales, y se estaría gastando más de lo que realmente se debería, por lo que un presupuesto pesimista como este, no generaría beneficios ni ganancias.

Presupuesto Anual Realista

PRESUPUESTO ANUAL REALISTA 2023													
Periodo	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Unidades Vendidas	3	3	3	3	4	3	6	3	4	4	4	7	47
Precio de Venta	Q 13,500	Q13,500	Q13,500	Q13,500	Q 13,500	Q13,500	Q 13,500						
Total de Venta	Q 40,500	Q40,500	Q40,500	Q40,500	Q 54,000	Q 40,500	Q 81,000	Q 40,500	Q 54,000	Q 54,000	Q54,000	Q 94,500	Q 634,500.00
Costo Unitario	Q 10,650	Q10,650	Q10,650	Q10,650	Q 10,650	Q10,650	Q 10,650						
Total Costo Unitario	Q 31,950	Q31,950	Q31,950	Q31,950	Q 42,600	Q 31,950	Q 63,900	Q 31,950	Q 42,600	Q 42,600	Q42,600	Q 74,550	Q 500,550.00
Utilidad Bruta	Q 8,550	Q 8,550	Q 8,550	Q 8,550	Q 11,400	Q 8,550	Q 17,100	Q 8,550	Q 11,400	Q 11,400	Q11,400	Q 19,950	Q 133,950.00
Sueldo Ventas	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 3,000	Q 36,000.00
Energía Eléctrica	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 150	Q 1,800.00
Combustible	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 500	Q 6,000.00
Alquiler	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 1,200	Q 14,400.00
Marketing	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q 1,000	Q 1,000	Q 8,000.00
Total	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 66,200.00
													Q 67,750.00

Tabla 23 Presupuesto Anual Realista

El presupuesto realista está enfocado referente al presupuesto mensual y anual 2,023 establecido con anterioridad, debido a que las cifras se adaptan a la realidad de lo que podría alcanzar en cuanto a ventas Yamaha Chimaltenango, tomando en cuenta el crecimiento en unidades del 10%, vendiendo a su vez 47 unidades en total y manteniendo los gastos de la manera más realista posible, para que dicho presupuesto no perjudique el desarrollo del proyecto y al producto en general.

Presupuesto Anual Optimista

PRESUPUESTO ANUAL OPTIMISTA AÑO 2023													
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Unidades Vendidas	3	3	4	4	4	3	7	3	4	4	4	7	50
Precio de Venta	Q 13,500												
Total de Venta	Q 40,500	Q 40,500	Q 54,000	Q 54,000	Q 54,000	Q 40,500	Q 94,500	Q 40,500	Q 54,000	Q 54,000	Q 54,000	Q 94,500	Q 675,000
Costo Unitario	Q 10,650												
Total Costo Unitario	Q 31,950	Q 31,950	Q 42,600	Q 42,600	Q 42,600	Q 31,950	Q 74,550	Q 31,950	Q 42,600	Q 42,600	Q 42,600	Q 74,550	Q 532,500
Utilidad Bruta	Q 8,550	Q 8,550	Q 11,400	Q 11,400	Q 11,400	Q 8,550	Q 19,950	Q 8,550	Q 11,400	Q 11,400	Q 11,400	Q 19,950	Q 142,500
Sueldo Ventas	Q 3,000												
Energía Eléctrica	Q 150												
Combustible	Q 500												
Alquiler	Q 1,200												
Marketing	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q 1,000	Q -	Q 1,000	Q 1,000	Q 1,000	Q 18,000
Total	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 4,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 5,850	Q 66,200
													Q 76,300

Tabla 24 Presupuesto Anual Optimista

Este presupuesto optimista siempre fue tomado en base al año 2,023, puede llegar a ser pesimista por el hecho de tomar muy en cuenta un incremento en cuanto a las unidades vendidas, sobrepasando la meta de un 10% de incremento, teniendo como resultado 50 motocicletas Crypton vendidas en el año. Puede ser parte también de un presupuesto optimista debido a que los gastos en este caso permanecen de la misma manera, creando de cierta manera ventajas y beneficios ya que se tendría una ganancia mayor.

Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO 2023 - 2027						
DETALLE DE INGRESOS	2,023	2,024	2,025	2,026	2,027	TOTAL
TOTAL DE VENTA	Q 634,500.00	Q 702,000.00	Q 769,500.00	Q 856,800.00	Q 941,850.00	
OTROS INGRESOS	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	
TOTAL INGRESOS	Q 634,500.00	Q 702,000.00	Q 769,500.00	Q 856,800.00	Q 941,850.00	Q 3,904,650.00
DETALLE DE EGRESOS						
COSTO VENTAS						
COSTO UNITARIO	Q 500,550.00	Q 557,128.00	Q 614,346.00	Q 683,046.00	Q 752,583.00	
	Q 500,550.00	Q 557,128.00	Q 614,346.00	Q 683,046.00	Q 752,583.00	Q 3,107,653.00
EGRESOS OPERATIVOS						
SUELDO VENTAS	Q 36,000.00	Q 37,200.00	Q 38,400.00	Q 40,200.00	Q 41,400.00	
ENERGIA ELECTRICA	Q 1,800.00	Q 1,920.00	Q 2,100.00	Q 2,400.00	Q 2,700.00	
COMBUSTIBLE	Q 6,000.00	Q 6,600.00	Q 6,900.00	Q 7,200.00	Q 7,500.00	
ALQUILER	Q 14,400.00	Q 15,000.00	Q 15,000.00	Q 16,200.00	Q 16,800.00	
MARKETING	Q 8,000.00	Q 8,800.00	Q 8,800.00	Q 9,600.00	Q 10,000.00	
TOTAL EGRESOS	Q 66,200.00	Q 69,520.00	Q 71,200.00	Q 75,600.00	Q 78,400.00	Q 360,920.00
TOTAL EGRESOS	Q 566,750.00	Q 626,648.00	Q 685,546.00	Q 758,646.00	Q 830,983.00	Q 3,468,573.00
SALDO NETO	Q 67,750.00	Q 75,352.00	Q 83,954.00	Q 98,154.00	Q 110,867.00	Q 436,077.00

Tabla 25 Flujo de Caja

El flujo de caja fue proyectado en base al periodo del año 2,023 al año 2,027, totalizando tanto los ingresos como egresos de Yamaha Chimaltenango durante ese periodo. Tomando en cuenta que el total de ingresos proyectado durante esos 5 años es de Q3,904,650, siempre tomando en cuenta que también se desglosan los egresos de cotos unitario y egresos operativos totalizados.

Todo ello nos da un resultado bastante coherente, viable y positivo para poder llevar a cabo el proyecto ya que al poder trabajar de la manera pensada se estaría teniendo un saldo neto totalizado a los 5 años de Q436,077.00. El cuál es el resultado de restarle a los ingresos el total de egresos.

TIR

TIR	-Q 360,920.00
	Q 67,750.00
	Q 75,352.00
	Q 83,954.00
	Q 98,154.00
	Q 110,867.00
	Q 75,157.00
	10%

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Ilustración 44 Fórmula TIR

Tabla 26 TIR

El cálculo del TIR que es la tasa interna de retorno fue calculado en base y a la ayuda de las funciones y formulas generadas por Excel, dicha formula relaciona con datos arrojados por el cálculo VAN, descrito más adelante. El resultado de la tasa interna de retorno es del 10%. Esta es la rentabilidad que ofrece como tal una inversión. En este caso se puede concluir que el proyecto es totalmente viable debido a que la tasa de descuento tomada en el VAN es del 3 y en este caso la tasa de rendimiento interno TIR que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión.

ROI

La fórmula para calcular el ROI es la diferencia entre el ingreso y la inversión, dividida por la inversión: **ROI = (Ingreso – Inversión) / Inversión.**

ROI 2023		
INGRESO	Q	634,500
INVERSION	Q	66,200
ROI=	<u>Q634,500-Q66,200</u>	
	Q	66,200.00
ROI=	<u>Q 568,300.00</u>	
	Q	66,200.00
ROI=	858%	

Tabla 27 ROI

Este resultado da una cifra que indica el retorno obtenido por la inversión y suele convertirse a porcentaje para analizar este retorno, en este caso el resultado fue del 858%, realmente oscila en un buen porcentaje ya que el rango es entre el 400% al 600% para que sea viable un proyecto, de lo contrario si es menor al rango, delimitaría perdidas.

VAN

VAN					
Q 67,750.00	Q 75,352.00	Q 83,954.00	Q 98,154.00	Q 110,867.00	
1.03	1.06	1.09	1.13	1.16	
Q 65,776.70	Q 71,086.79	Q 77,022.02	Q 86,861.95	Q 95,575.00	Q 396,322.46
					Q 360,920.00
					Q 35,402.46

Tabla 28 VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Ilustración 45 Fórmula VAN

El cálculo del VAN que es valor neto actual dio un resultado de Q35,402.46, un resultado positivo que para obtenerlo se tomó en cuenta el desembolso inicial, el flujo de caja, la tasa de descuento y la duración de la inversión que en este caso oscila a los 5 años, del año 2,023 al año 2,027. Todo esto permite determinar la viabilidad económica del proyecto. De tal modo que el VAN es positivo y eso indica que el proyecto es viable, ya que el valor actual de los flujos es mayor al desembolso inicial.

TREMA

Año	Porcentaje
2023	20.23%
2024	11.22%
2025	11.41%
2026	16.40%
2027	12.95%
Promedio	14.44%

(Ganamos en 5 años)

TREMA	
TREMA=	Tasa de Inflación+ Prima de Riesgo
TREMA=	7.90%+2.50%
TREMA=	10.40%

Tabla 29 Cálculo TREMA

Tasa Activa	11.94%
Tasas Premio =	14.44% - 11.94% 2.5%

Tabla 30 TREMA

Para el cálculo del TREMA se tomaron en cuenta los porcentajes de ganancia de cada uno de los años desde 2,023 hasta 2,027 de Yamaha Chimaltenango, ya que el objetivo es generar un crecimiento del 10% en cuanto a unidades, sin embargo, el crecimiento en cifras es distinto, por lo que la tabla describe el porcentaje de crecimiento que fue teniendo y se fue evidenciando. De ese porcentaje y la resta del porcentaje de inflación actual se obtuvo la prima de riesgo para poder realizar el cálculo completo, dando como resultado un 10.40%, esto indica que el resultado del TREMA es mayor a la inflación lo que indica que el proyecto rendiría periódicamente tanto en utilidad como en beneficio.

Playback

PAY BACK						
INVERSION INICIAL / RESULTADO PROMEDIO FLUJO DE CAJA						
RESULTADOS FLUJO DE CAJA						PROMEDIO
Q 67,750.00	Q 75,352.00	Q 83,954.00	Q 98,154.00	Q 110,867.00	Q	87,215.40
						INVERSION INICIAL
						Q 3,468,573.00
						39 meses

Tabla 31 Payback

Para el cálculo del payblack se tomó en cuenta la inversión inicial realizada y el resultado promedio del flujo de caja, dando un resultado de 39 meses, que sería el aproximado de retorno.

Razón financiera costo/beneficio

$$C/B = \frac{\text{ingresos totales netos}}{\text{costos totales}}$$

Ilustración 46 Fórmula razón C/B

RAZON COSTO/BENEFICIO	
Ingresos Totales Netos	Q 3,904,650.00
Costos Totales	Q 3,468,573.00
Razon Costo/Beneficio	1.13

Tabla 32 Razón Costo Beneficio

La razón financiera costo beneficio fue realizada en base a los ingresos totales obtenidos a nivel general en el periodo del año 2,023 al 2,027, tomando en cuenta así mismo los costos totales de ese periodo de tiempo. Siendo importante hay que considerar que dio un resultado de 1.13, esto es considerado un punto a favor debido

estar en un rango mayor que 1 el desarrollo del proyecto es catalogado viable y rentable.

Razón financiera margen de utilidad bruta

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Coste de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

Ilustración 47 Fórmula Margen Bruto

Tabla 33 Razón Margen de Utilidad Bruta

RAZONES AÑO 2023	
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	
Ventas	Q 675,000.00
Coste de Ventas	Q 500,550.00
	Q 174,450.00
	Q 675,000.00
	26%

Se llevo a cabo la realización de la razón financiera de margen de utilidad bruta tomando en cuenta el año 2,023 únicamente, dentro de dicho calculo se tomaron en cuenta las ventas y coste de ventas, dando un resultado del 26% lo cual es un margen de utilidad bruta considerado bueno. Todo ello revela el porcentaje de ingresos obtenidos en relación a los costos necesarios para generarla.

Razón financiera margen neto de utilidades

$$\text{Margen neto} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ventas}}$$

Ilustración 48 Fórmula Margen Neto

RAZON AÑO 2023	
MARGEN NETO DE UTILIDADES	
Beneficio Neto	Q 67,750.00
Ventas	Q 634,500.00
	11%

Tabla 34 Razón Margen Neto de Utilidades

La razón de margen bruto fue calculada en base al beneficio neto del año 2,023 obtenido, y las ventas correspondientes a ese año, teniendo como resultado un 11%, esto mide y evalúa el porcentaje que resta de cada operación, luego de deducir todos los costos y gastos operativos, indicando que el resultado obtenido es positivo y arroja grandes beneficios para la empresa.

Conclusiones y Recomendaciones

Es importante mencionar que el estudio de factibilidad financiera realizada en base a la empresa Yamaha Chimaltenango, con la cual se prevé desarrollar un proyecto para poder aumentar un 10% las ventas de la motocicleta Crypton T110, dieron resultados positivos y satisfactorios, pudiendo de esta manera comprobar que si es un desarrollo de proyecto viable y realista. Dentro de este estudio de factibilidad se mostraron datos importantes desde la asignación de costos, proyecciones de ventas, punto de equilibrio, estado de resultados, presupuestos mensuales y anuales tanto realistas, pesimistas como también optimistas.

Es importante mencionar el hecho de que se tomó en cuenta cálculos como ROI, VAN, TREMA, entre otros. Cabe resaltar que todos estos dieron resultados muy positivos comprobando la viabilidad del proyecto, desde una proyección de ventas tomada del periodo de años del 2,023 al 2,027 generando ingresos de la motocicleta Yamaha Crypton, pero también resaltando que esta motocicleta no es la única que se vende dentro de la tienda. Para fines de esa factibilidad se pudo observar que solo las ventas de la motocicleta Crypton pueden generar ganancias esperadas.

Como parte de las recomendaciones es importante mencionar que toda empresa debe realizar un estudio de factibilidad financiera para poder comprar y evaluar si conviene o no en muchas ocasiones darle inicio a un proyecto sin antes saber si este es viable o generaría pérdidas para una misma. Comprobar si realmente se lograría alcanzar el punto de equilibrio y un retorno de inversión, más que todo es necesario identificar a que aspectos de una empresa se le pueden dar mayor énfasis para reforzar el área o actividad o simplemente poder plantear mejores estrategias para lograr una viabilidad y un desarrollo exitoso. Tomando en cuenta que un estudio de factibilidad evalúa distintos puntos desde una buena asignación de costos hasta medir si es realmente rentable lo que se quiere realizar o lograr tanto a corto, mediano o largo plazo.

Fase IV

Objetivos de Marketing

Objetivos generales de Marketing

Dentro de los objetivos generales de Marketing más importantes a tomar en cuenta, en el desarrollo del proyecto de la motocicleta Yamaha Crypton T110, podemos mencionar los siguientes:

- Captar la atención del público: Con promociones de ventas atractivas al consumidor, que acaparen más la atención hacia la motocicleta Yamaha Crypton T110, ya que es una motocicleta con alto potencial, pero poco conocida por la gran mayoría dentro del departamento de Chimaltenango. Tomando como punto base que uno de los objetivos es captar la atención del público consumidor por medio de esta motocicleta.
- Convencer: De cierta forma el objetivo es convencer a las personas de que compren la motocicleta, mostrando los beneficios y ventajas que representa adquirirla. Resaltando aspectos importantes que con lleven a la adquisición de esta motocicleta, en lo que respecta a la economía en cuanto al poco consumo de combustible que gasta, su fácil uso, seguridad y la maniobrabilidad de esta.

Objetivos específicos de marketing

- Captar y lograr mayor fidelización de clientes y nuevos clientes
- Lograr un incremento del 10% en ventas a través de estrategias de promoción de ventas y mayor publicidad
- Lograr la satisfacción de los clientes y hacer que sus expectativas sean superadas
- Fomentar compras rápidas y lograr recomendaciones
- Expandir la presencia dentro del segmento de mercado

Objetivos de ventas

- Incrementar un 10% las ventas en unidades de la motocicleta Yamaha Crypton T110

- Potenciar las ventas de la motocicleta mencionada mediante promociones de venta atractivas a los consumidores
- Crear cierto grado de diferenciación en cuanto a las ventas de la motocicleta Crypton frente a la competencia y sus diseños con similitud
- Incrementar y mantener el valor de vida de los clientes potenciales

Objetivos de rentabilidad

Al ser la motocicleta Yamaha Crypton T110 un producto ya existente dentro del mercado, pero siendo esta poco conocida en el departamento de Chimaltenango y por lo tanto siendo moderada la adquisición de esta por medio de los consumidores, se tomó como objetivo el poder darle mayor énfasis y potencial a la motocicleta dentro del mercado orientado al departamento de Chimaltenango por medio de más publicidad, información y promociones de ventas.

Todo ello, tomando en cuenta que el objetivo del proyecto a nivel general es aumentar la rentabilidad, ingresos y el potencial de la motocicleta, dando a conocer cada una de sus especificaciones técnicas, las cuales la hacen especial y generan beneficios para muchas personas. Tomando en cuenta y enfocándonos en dar un mayor realce a una motocicleta de baja cilindrada, hoy en día las más buscadas por muchos. Alcanzado así la meta de darle mayor énfasis a la motocicleta incrementando las ventas a un 10% en unidades en un periodo de un año y manteniendo el incremento en los cinco años siguientes, siendo posible llegar a más ventas.

Objetivos de posicionamiento

Es importante mencionar que como empresa en general se tienen en cuenta poder alcanzar varios objetivos mediante la implementación del proyecto a desarrollar, sin embargo, dentro de los objetivos de posicionamiento se pueden mencionar los siguientes:

- Dar a conocer mucho más la motocicleta Yamaha Crypton en el departamento de Chimaltenango

- Llegar a captar mucho más la atención del público objetivo y llegando también a captar la atención de nuevos clientes
- Cumplir los estándares y expectativas de los consumidores que tienen referente a Yamaha en cuanto a calidad de producto y precios.
- Convertir a la motocicleta Crypton T110 en la línea de motocicleta favorita y preferida por los consumidores
- Aumentar la presencia de la marca en mayores puntos de venta enfocados al departamento de Chimaltenango

Objetivos de producto

Se desea hacer crecer y darle mayor potencial a la motocicleta Yamaha Crypton T110 en el departamento de Chimaltenango, captando la atención fijada en esta motocicleta y atrayendo nuevo público.

Dentro de los objetivos principales del producto está el poder satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores, mostrando una motocicleta que ya lleva años dentro del mercado, sin embargo, no todos conocen tan a profundidad sobre ella y los beneficios que representa poder adquirirla. Siempre resaltando la importancia de adquirir una motocicleta con un alto estándar en calidad, no solo del producto, sino del diseño adaptado a las necesidades de muchos, la facilidad de conducción y la economía de esta, con el fin de lograr alcanzar más ventas e incrementarlas.

Objetivos de precio

- Mantener el precio del producto (placas incluidas) para crear una ventaja competitiva frente a la competencia.
- Tratar la manera de que el precio de la motocicleta sea competitivo, lo cual le pueda permitir de una u otra forma maximizar los beneficios que ofrece la motocicleta frente a productos similares que los competidores venden.
- No reducir el precio de la motocicleta, sino mantenerlo, siempre tomando en cuenta las variaciones que puede tener por el tema de inflación, siempre

tratando la manera de aumentar el margen de ganancia año tras año, generando mayores ganancias.

Objetivos de distribución

Reamente Yamaha Chimaltenango es actualmente un distribuidor de Yamaha Guatemala en el departamento de Chimaltenango, teniendo un canal de distribución múltiple, debido a que las motocicletas ingresan a Guatemala desde Japón y son distribuidas por Yamaha central a los distribuidores, siendo los distribuidores los intermediarios para hacer llegar el producto en este caso la motocicleta a el consumidor final. Los objetivos de distribución tomados en cuenta son los siguientes:

- Llegar a más clientes por medio de estrategias que den a conocer mucho más la motocicleta dentro del mercado
- Lograr abarcar más partes del mercado dentro del departamento de Chimaltenango con la implementación y apertura de nuevos puntos de venta
- Cubrir el mercado de Chimaltenango con motocicletas Yamaha

Objetivos de comunicación

La estrategia de comunicación como tal para la motocicleta Yamaha Crypton T110, tiene como propósito poder influir en la actitud y comportamiento del cliente por medio de las herramientas siguientes:

- Informar mucho más acerca de la motocicleta por medio de la publicidad en redes sociales, de radio, material audiovisual que permita mostrar las características y beneficios de la motocicleta.
- Desarrollar promociones de ventas que permitan a las personas conocer sobre el producto e interesarse al adquirirla observando también las promociones de ventas y beneficios que implica adquirirla.
- Lograr captar más la atención de los clientes hacia Yamaha Crypton con el fin de lograr que sea una de las opciones favoritas en cuanto a la adquisición de una motocicleta para el desarrollo de las actividades diarias y rutinarias.

Estrategias de Marketing

Estrategias competitivas o de mercado

Es importante mencionar y tomar en cuenta el poder tener claras estrategias competitivas o de mercado las cuales sean de gran efectividad para el desarrollo del proyecto planteado, pero también que sean un escudo para poder afrontar al mercado cambiante. Siempre es necesario poder prever y tener un plan general de acción que cuente con secuencia de actividades tácticas y técnicas para llevar a cabo estas. Siendo importante:

- Realizar cuidadosos y profundos análisis de clientes
- Conquistar y concentrarse en los clientes de la competencia y conservarlos pudiendo a su vez satisfacer sus necesidades y deseos
- Utilizar las redes sociales para realizar campañas informativas de la motocicleta Yamaha Crypton T110 y de los beneficios de esta resaltando así mismo las características más importantes y especiales de la moto
- Por medio de encuestas, haciendo una difusión total del producto, llegando a su vez a ferias de exposición de motocicletas, teniendo presente la participación de Yamaha Chimaltenango con la motocicleta Crypton en diferentes actividades con el fin de dar a conocerla mucho más.

Estrategias de crecimiento integrativo

Integración hacia adelante

Este tipo de integración de cierta manera nos permitirá tener mayor capacidad de negociación, todo ello logrará de cierta forma poder cerrar negociaciones con los clientes realmente interesados en poder adquirir la motocicleta. Debido a que un punto de atención estará situado en el proveedor principal que es Yamaha Central. En este caso siempre es importante poder mencionar el hecho de tener un mayor control sobre los puntos de distribución extensivos con los que cuenta Yamaha Chimaltenango para tener un mayor control y a la vez a largo plazo poder establecer nuevos puntos de venta extensivos que generen mayores resultados en beneficios y utilidad.

Estrategia de producto

Por medio de potencial que se le quiere dar a la motocicleta Yamaha Crypton es importante mencionar que se debe tomar en cuenta todo lo relacionado a Marketing para poder llegar por medio de mayor publicidad al grupo objetivo específico establecido y al área geográfica destina que en este caso es el departamento de Chimaltenango. A su vez es importante incluir componentes de diferenciación que permitan a cada uno de los consumidores o público consumidor conocer mucho más a fondo acerca de la motocicleta, las especificaciones técnicas, características, imagen, colores y beneficios en general.

Es importante que todo lo relacionado a marketing vaya enfocado a ello y que permita de cierta manera dirigirse a grupos de clientes con gustos y preferencias e incluso hasta estilo de vida similares, actividades en común y homogéneas.

Para todo ello es necesario realizar una buena mezcla de marketing logrando que sea lo más atractivo posible. Esto generará ventajas en términos de eficiencia en cuanto al incremento o aumento de ventas de la moto. Incrementar la publicidad de cierta manera permitirá que el usuario pueda identificar más fácilmente la motocicleta, sepa y conozca sobre ella, y por lo tanto sea esta una opción para poder satisfacer sus necesidades y deseos específicos.

Estrategia de penetración

La estrategia de penetración se enfocará en poder mejorar el conocimiento que se tiene de la motocicleta Yamaha Crypton mejorando también el nivel de eficacia de marketing dentro del mercado meta o segmentación de mercado asignada. En este caso será mediante promociones de ventas atractivas al consumidor que le permitan no solo incentivar su compra sino obtener grandes beneficios en la compra de la motocicleta. En este caso se pueden mencionar promociones de ventas como el casco gratis en su compra, servicios post venta gratuitos, actividades o ferias de exhibición de motocicletas, pruebas de manejo, entre otras.

Estrategia de desarrollo de mercado

Dentro de todo ello se puede mencionar lo siguiente:

- Llegar a nuevos clientes
- Definir nuevos segmentos y subsegmentos de mercado
- Desarrollar alianzas estratégicas
- Expansión a nuevos puntos o ubicaciones

Estos puntos son específicos para atraer de cierta manera nuevos clientes o consumidores y motivarlos a poder adquirir la motocicleta Crypton, definiendo subsegmentos de mercado del segmento principal que ya se tiene para llegar a grupos objetivos de clientes, quienes son clave para el crecimiento y ventas de esta moto en general, ya que al enfocar esta motocicleta a nuevos puntos de venta dentro del mercado del área designada también se atraerán más y más clientes, por lo tanto las alianzas con marcas relacionadas a accesorios de motocicletas tomando un ejemplo, serían un plus para potenciar las ventas de esta motocicleta en general dentro del mercado.

Producto/Servicio

Yamaha Crypton es una motocicleta de origen japones importada, es una motocicleta con múltiples características llamativas y beneficiosas para los consumidores. Es una motocicleta de baja cilindrada con un motor semiautomático de 4 tiempos, es un producto muy versátil y fácil de poder conducir. Esta misma motocicleta cuenta con un diseño bastante retro unisex, lo cual se adapta a las necesidades no solo de los hombres sino también de las mujeres por su diseño característico. Es esta una motocicleta sinónimo de seguridad, debido a su tamaño, fácil conducción, comodidad, entre otros aspectos a mencionar. Es ideal para poder transportarse en el día a día y realizar las una y mil actividades que como personas realizan de manera constante. Es una motocicleta bastante ahorrativa en cuanto a consumo de combustible ya que, gracias al pequeño motos, pero con alto potencial y a sus ligeras dimensiones permite recorrer más, gastando menos.

En cuanto a la descripción del producto en sus tres niveles se pueden describir de la siguientes manera:

- En cuanto al producto central o básico se habla de la motocicleta Yamaha Crypton, la cual es una moto para poderse transportar en el día a día, para realizar cada una de las actividades diarias de las personas o bien para usarse como medio de trabajo y transporte de manera segura.
- Como desarrollo de un producto real se pueden mencionar las características de esta, el diseño que es unisex, el motor semiautomático, los colores disponibles de esta que son rojo, negro y azul, y la calidad de esta en cuanto al poco consumo de combustible que representa.
- Como parte de la información el producto aumentado se puede mencionar la garantía de 24 meses que tiene después de realizada la compra, los servicios post venta que la acompañan en cuanto a un alto stock de repuestos y servicios de mantenimiento a cierta cantidad de kilómetros recorridos.

Estrategias de marca

Estrategia de marca única

Como parte de la estrategia de marca única se puede mencionar que la empresa Yamaha Chimaltenango como tal es distribuidor de una única marca que en este caso es Yamaha. Todo ello con el fin de que puedan realmente identificar siempre que los consumidores o público consumidor vea los productos en este caso las motocicletas, con el nombre de Yamaha y estas sean asociadas dentro de la zona geográfica a la cual se está enfocando como motocicletas de la agencia Yamaha Chimaltenango. Y de esa manera a la hora de querer adquirir la motocicleta pueden con solo la marca identificarla y llegar al punto físico para la adquisición de esta.

Modelo de Servucción

Interacción entre el cliente A y el cliente B

La mayoría de los clientes A de la tienda Yamaha Chimaltenango son aquellos clientes potenciales los cuales realmente compran y adquieren motocicletas con el fin de poder satisfacer sus necesidades, gustos y preferencias a la vez adquiriendo un vehículo de

dos ruedas. Es importante mencionar que muchos de los clientes potenciales de manera recurrente asisten a la tienda en este caso a la sala de ventas y solicitan información de las motocicletas que más capten su atención. Muchos y muchas adquieren motocicletas en su mayoría para medio de transporte diario o trabajo, y en muchas ocasiones como medio de diversión o recreación personal.

Es importante para Yamaha superar las expectativas de los clientes y satisfacer las necesidades de estos. Los clientes B, son generalmente los que han comprado alguna motocicleta, pero pueden pasar años sin que vuelvan o recurran a la tienda interesados en comprar otra motocicleta, siendo ello ocasionalmente por diferentes factores, ya sea un servicio post venta, la compra de algún accesorio o repuestos, entre otros.

La meta es poder enfocarse la mayor parte del tiempo posible en los clientes potenciales y para eso también es necesario poder evaluar de qué manera los clientes B adquieren el producto en este caso la motocicleta o motocicletas, esperando fuera de manera más constante para lograrlos posicionar como clientes potenciales.

No solo para beneficio de la empresa sino porque esto representa ventajas y beneficios que pueden llegar a tener grandes resultados en cuanto a la economía que representa un vehículo de dos ruedas y especialmente Yamaha Crypton T110.

Personal de contacto

Es importante mencionar que la tienda de motos Yamaha Chimaltenango cuenta con vendedores de contacto especializados y con un conocimiento previo acerca de cada una de las motocicletas existentes y exhibidas en sala de ventas, desde las especificaciones técnicas de las mismas, precios, beneficios, entre otros aspectos más a considerar.

Estos vendedores son quienes interactúan de manera constante con cada uno de los consumidores, mostrando de cierta manera plena seguridad en cuanto a la información que les proporcionan acerca de las motocicletas, en este caso hablando de la motocicleta Yamaha Crypton, como se mencionó anteriormente brindan cada detalle

sobre esta desde sus características principales hasta las ventajas o beneficios que llega a representar, resaltando la calidad de los productos en este caso las motos que Yamaha Chimaltenango ofrece mediante la transmisión de la información necesaria o que los clientes pidan como referente antes de realizar su compra.

Entorno inanimado

Dentro de los elementos más importantes a mencionar en lo que respecta al entorno inanimado que es algo totalmente excluyente a las personas, en este caso a los consumidores al momento de la venta, se pueden detallar los siguientes:

- Estantes de exhibición
- Estantes de repuestos
- Mobiliario de la sala de ventas
- Motocicletas
- Toldos de exhibición
- Posters de motocicletas
- Herramientas de taller

La organización y el sistema invisible

En cuanto al sistema invisible se puede mencionar que todo ello se enfocara en las críticas y expectativas que muchos de los clientes o personas tengan acerca de la motocicleta Crypton y compartan dichas opiniones a otras personas. Así mismo se basará en la publicidad generada y por las unidades vendidas de la motocicleta y referencias a la vez que tengan sobre las descripciones del producto en este caso la moto y puedan adquirirla porque les pareció interesante lo visto en medios digitales o hacia donde se esté enfocando la publicidad en general y realmente deseen adquirirla para poder cumplir tanto sus necesidades y llegar a esperar las expectativas deseadas del producto.

Estrategia de precios

Estrategia de precios orientados a la competencia

En esta ocasión es importante mencionar que los precios específicamente en el mercado de la venta de motocicletas o vehículos de dos ruedas está orientado a la competencia, debido a que es un mercado bastante grande y existe una infinidad de productos, diseños y colores que en ocasiones son casi productos idénticos, y lo que buscan muchas de las marcas es poder tanto orientar sus nuevos diseños o modelos de motocicletas a la competencia como también los precios de estas. Es por ello que en este punto se identifica que el precio de la motocicleta Yamaha Crypton está orientado específicamente a la competencia como parte de la estrategia, con un precio bastante considerable, justo y razonable, frente a sus competidores directos.

Mantenimiento del precio frente a la competencia

El poder mantener el precio de la motocicleta Crypton frente a la competencia sería todo un reto debido a distintos factores como inflación, sin embargo, si existe una buena planeación y ejecución en cuanto a esto es posible lograr mantener el precio o al menos no permitir que el incremento sea muy notorio frente a la competencia, con el fin de asegurar muchas más ventas y asegurar nuevos y mejores clientes. y evitar reacciones imprevistas de estos mismos ante cambios radicales de la noche a la mañana del producto enfocado al precio de venta de esta motocicleta.

Costos y márgenes de contribución

Tabla 35 Costos y Márgenes de contribución

COSTOS VARIABLES UNITARIOS POR PRODUCTOS				
Producto 1:			Moto Yamaha Crypton	
Insumo	Monto total de la compra	Unidad de medida	Para cuántos productos rinde la compra	Costo unitario
Motocicleta Crypton	Q 10,500.00	Unidad	1	Q 10,500.00
Comision sobre venta	Q 100.00	Unidad	1	Q 100.00
Traslado de motocileta	Q 50.00	Unidad	1	Q 50.00
Costo unitario por producto				Q 10,650.00

El costo variable unitario del producto que en esta ocasión se enfoca hacia la motocicleta Yamaha Crypton T110 se integra resaltando y tomando en cuenta aspectos importantes. Yamaha Chimaltenango es una empresa distribuidora de la central por lo tanto el precio de la motocicleta es establecido por la empresa central y sobre ese precio se realiza el cálculo como tal. Este costo variable unitario desglosa e integra el costo de la motocicleta con un montón de Q10,500 que es el monto dado a los distribuidores, seguido de la comisión sobre la venta de esta motocicleta que es de Q100 y el traslado de esta por Q50, todo ello haciendo un total de Q10,650 como costo unitario por producto haciendo referencia a Crypton T110.

El precio de la motocicleta es de Q13,500, la metodología utilizada para la fijación de dicho precio es la metodología en función de la competencia y demanda, debido a que generalmente siempre es importante observar a la competencia, ya que Analizar a la competencia es otro de los factores que intervienen en la fijación de precios, Por ello, los precios de los bienes producidos en este caso los productos internamente deben adaptarse a la respectiva situación competitiva para atraer suficientes compradores.

Nombre de la empresa: **Yamaha Chimaltenango**

Producto	Precio de venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de contribución (Q)	Margen de contribución (%)
Motocicleta Yamaha Crypton	Q 13,500.00	Q 10,650.00	Q 2,850.00	21.11%

Tabla 36 Margen de contribución

En representación de la gráfica posteriormente mostrada se puede observar un margen de contribución de Q2,850 en lo que respecta a cifras obtenidas por unidad y un 21.11% como resultado de margen de contribución en porcentaje, tomando en cuenta el precio de venta unitario de la motocicleta y el costo variable unitario de esta.

Competencia

Precios de la competencia

PRICING						
Categoría	Marca	Línea	Motor	Beneficio	Precio	DIF %
Motocicleta	Yamaha	Crypton T110	110	Fácil conducción y maniobrabilidad, consumo mínimo de combustible, brinda mayor comodidad y equilibrio que se traducen en	Q13,500.00	0%
Motocicleta	Honda	Wave 110S	110	Cumple con las necesidades a un precio accesible, fácil de manejar, semiautomática	Q13,720.00	2%
Motocicleta	Suzuki	Falcon FD 110	110	Confortable al momento de conducir al tiempo que ofrece suavidad .	Q12,999.00	-4%
Motocicleta	Italika	AT110	110	De trabajo, con un alto rendimiento de combustible	Q 7,500.00	-44%

Tabla 37 Pricing de la competencia

En la tabla presentada se evidenció un Pricing realizado en base a la competencia directa de Yamaha Chimaltenango en lo que respecta a la motocicleta a la cual se le está dando un mayor potencial para poder incrementar las ventas. Es importante mencionar que este Pricing fue desarrollado en base a la competencia directa que cuentan con diseños muy similares a la moto Crypton con precios no muy alejados de los de Yamaha.

Cabe mencionar que se puede observar dentro del Pricing un precio de la motocicleta Yamaha de Q13,500, en comparación con la motocicleta Wave 110S de la marca Honda que es un 2% por ciento más elevada en precio que la Crypton, tomando en cuenta que ambas son marcas de calidad, reconocidas, muy similares en diseño de la motocicleta, sin embargo, hay cierto factores de diferenciación como lo es, que Yamaha cuenta con más años de garantía y las placas van incluidas dentro del precio de la misma.

Así mismo se puede mencionar a la marca Suzuki con su motocicleta Falcon FD110, siendo esta en porcentaje un 4% más económica que Yamaha con características y diseño en general muy similar, pero factores de diferenciación en cuanto a garantía y

placas incluidas. Así mismo se puede tomar en cuenta la marca Italika AT110, siendo esta un 44% más económica que Yamaha con cierto grado de similitud, pero también existiendo diferencias en cuanto origen y garantía.

Percepción del precio por parte del consumidor



Ilustración 49 Percepción del consumidor

La percepción del precio de la motocicleta por parte del consumidor es muy importante de poder evaluar y realmente prestarle atención, todo ello debido a que en muchos casos la percepción del cliente no es realmente buena y eso dificulta en muchas ocasiones las ventas de esta o simplemente no capta la atención de los clientes ya sea un producto o en este caso una motocicleta.

Según los resultados de la investigación de mercados realizada de manera previa, se hizo el cuestionamiento a muchas de las personas que fueron encuestadas, si realmente consideraban que los precios de las motocicletas que existen actualmente eran altos, bajos, justos y razonables. Lo que conlleva a interpretar que gran mayoría de ellos con un 68% evidenciaron la percepción de que consideran realmente los precios justos y razonables debido a las características y beneficios que brinda un vehículo de dos ruedas.

Precios a canales de distribución

CANALES DE DISTRIBUCIÓN					
	Costo de Venta del Fabricante	Precio al mayorista	Precio al minorista	Precio al C.C.	
Quetzales	Q 4,100.00	Q 7,560.00	Q 10,650.00	Q	13,500.00
Márgen de Ganancia	-Q 3,460.00	-Q 3,090.00	-Q 2,850.00	Precio Final	

Tabla 38 Precios a canales de distribución

En el cuadro/tabla presentado con anterioridad se pueden evidenciar los precios a canales de distribución que abarcan desde el costo de venta del fabricante, seguido por el precio al mayorista, el precio al minorista y concluyendo con el precio al consumidor final, siendo este de Q13,500.

En base a todo ello también se pueden notar los márgenes de ganancia por cada uno de estos, desde el fabricante, seguido por los intermediarios con el fin de poder llevar el producto, en este caso la motocicleta Yamaha Crypton al consumidor final.

Estrategias de distribución

Estrategia de distribución selectiva

Como parte de la estrategia de distribución Yamaha Chimaltenango opta por la opción realmente de seguir el modelo de una distribución selectiva de los productos, hablando de motocicletas, con el fin de poder seleccionar los mejores puntos de venta en este caso extensivos de Yamaha Chimaltenango, ubicando estos mismos puntos de venta extensivos, en lugares y zonas estratégicas para poder vender más.

La idea al tomar en cuenta esta estrategia de distribución selectiva, es poder vender las motocicletas en los mejores puntos o zonas del departamento de Chimaltenango. Situar dichos puntos en lugares con mucha más actividad comercial, permitiendo también el poder diferenciarse del resto de agencias de motos situando los puntos físicos y salas de ventas en áreas geográficas seleccionadas.

La distribución selectiva supone unos costes de distribución muchos menores ya que de cierta forma al elegir puntos de venta con un menor número que atender se pueden

reducir algunos de los costes. Realmente el poder abarcar pocas áreas, pero estas bien definidas y segmentadas, siendo esto parte exitosa de una buena estrategia, debido a que centrarse en donde se es más fuerte habla mucho de una empresa.

Estrategias de comunicación

Estrategias publicitarias competitivas

Estrategias comparativas

En este caso las estrategias comparativas parten del análisis de la marca en este caso Yamaha comparado con la competencia, resaltando puntos específicos como lo son los siguientes:

- Yamaha es una marca japonesa que por años y décadas ha sido la marca preferida de muchas consagrándose como una de las marcas de motos más ligeras y potentes del mercado, siendo siempre un referente de motocicletas de calidad, resaltando también las motocicletas de competición y las particulares que buscan potencia, velocidad y son sinónimo de seguridad y precisión con diseños variados, deportivos, modernos y vanguardistas.
- La marca Honda segura la máxima potencia en todos sus modelos de motocicletas ya sean estos deportivos o versátiles. Ofreciendo también a particulares motocicletas para la ciudad con alta tecnología y modelos más económicos. Así mismo se ha ganado el prestigio de los clientes por las motocicletas que fabrica la empresa de origen japones en su percepción de precio es catalogada la más costosa en su categoría.
- Suzuki es la marca de motocicletas que tiene muy buena relación en el aspecto de confianza, calidad y precio debido a que está dentro de las marcas preferidas también por los consumidores y es percibida como una marca de productos en este caso motos de calidad a un precio justo.
- Italika es una marca de motos mexicanas con un amplio catálogo de motocicletas, motonetas, cuatrimotos, motos deportivas y motos eléctricas entre muchas otras. Dichas motocicletas se caracterizan por ser de las más

económicas en el mercado provenientes de China. Y esta misma se dedica a ensamblar dichas motocicletas provenientes de China y las distribuye países centroamericanos.

Estrategias financieras

En lo que respecta a las estrategias financieras es necesario poder evaluar con precisión que se llevará a cabo para poder tener buenos resultados, para ello se puede mencionar que se debe tener un plan financiero que cuente con lo siguiente:

- Incremento del 10% de ventas en unidades por lo tanto lograr un buen crecimiento en cuanto a los ingresos comparado al periodo anterior
- Mantener el precio de venta del producto lo más justo posible
- Una inversión aproximada del 12% a publicidad y medios
- Control de inversión en campañas publicitarias digital

Estrategias promocionales

Dentro de las estrategias promocionales o de promoción como tal para la motocicleta Yamaha Crypton T110, se tiene como propósito poder influir en la actitud y comportamiento del cliente por medio de las herramientas siguientes:

- Publicidad en redes sociales, de radio, material audiovisual que permita mostrar las características y beneficios de la motocicleta
- Promociones de ventas como el poder obsequiar un caso al momento de comprar una motocicleta, o brindarles los clientes el servicio post venta de la motocicleta gratis
- Eventos, como la exhibición y pruebas de la manejo de la motocicleta
- Marketing directo, a través de redes sociales y mensajes vía correo electrónico

Estrategias de empuje (push strategy)

Dentro de este tipo de estrategias es de suma importancia mencionar que son bastante importante para darle potencial al producto en este caso, ya que tienen como fin poder

aportar de manera positiva aspectos que contribuyen a alcanzar más ventas de la motocicleta. Dentro de estas estrategias se pueden mencionar las siguientes a implementar:

- Incrementar la información en cuanto a beneficios y características atractivas de la motocicleta por medio de publicidad en redes sociales
- Envío de correos electrónicos promocionales a clientes frecuentes
- Dar a conocer vía medios digitales promociones de venta próximos a realizar en los puntos físicos
- Por medio de publicidad en exteriores se mostrarán imágenes renovadas de la motocicletas creando conocimiento de ella a los clientes
- Publicidad estratégica constante en redes y radio

Estrategias de tracción

Como objetivo de las estrategias de tracción se destacada el poder de cierta manera convencer al consumidor de la eficiencia del producto que en este caso es la motocicleta Yamaha Crypton, realmente el objetivo es lograr convencerlo de adquirirla. Resaltando lo siguiente:

- Conseguir un mayor reconocimiento en la mente del consumidor de la motocicleta a través de las diferentes estrategias de promoción, posicionamiento y comparación establecidas
- Dar a conocer los beneficios que brinda la motocicleta en el día a día o como medio de transporte de dos ruedas, en especial Yamaha Crypton T110
- Muchas veces el cliente no sabe lo que busca o necesita, a través de esta estrategia se le ayudará a ponerle nombre a sus necesidades o bien, crearle una necesidad al consumidor o que esta se adapte a las mismas.

Estrategias extensivas

Yamaha Chimaltenango busca llegar a nuevos clientes y convertirlos en clientes potenciales, como parte de la estrategia extensiva en sí, busca abarcar la mayor parte

posible de municipios de Chimaltenango, siempre tomando en cuenta que estos sean puntos estratégicos en donde la actividad comercial este mucho más presente y por lo tanto se logren captar y fidelizar nuevos clientes, aperturando nuevos puntos físicos extensivos de ventas, lo importante es poder desarrollarse dentro de un mercado de rápido creciente y fuerte.

Tomando en cuenta que la imagen de la marca y producto como tal genere confianza en los clientes, y que los mensajes publicitarios que se tengan sean lo más claro posible tomando en cuenta también aspectos creativos y tomando en cuenta un target específico que sería de mujeres y hombre que sean capaces de conducir y utilizar una motocicleta de manera responsable.

Marketing Mix

Mezcla de comunicación

Relaciones públicas

En lo que respecta a relaciones publicas es importante mencionar y tener en cuenta que es importante para la empresa en sí tener presencia en medios que de una u otra manera sean de gran beneficio y lleguen al público que se desea de manera precisa manteniendo siempre la imagen de la marca y mostrando los productos en este caso mostrando la motocicleta los beneficios de esta y características principales a otros.

Dentro del apartado de relaciones públicas para Yamaha Chimaltenango es importante poder estar siempre presenten en medios de comunicación que permitan hacer llegar un mensaje a muchos de los espectadores que pueden o en un futuro no muy lejano deseen adquirir una motocicleta.

Una manera muy buena de tener presencia es poder entablar estrategias de alianzas con medios que puedan cubrir eventos o extendiendo una invitación a ser parte de los eventos organizados por la agencia de motocicletas.

Uno de los medios principales es por medio de una conferencia de prensa que permita realmente brindar la información necesaria y que esta capte la atención de muchas, en varias ocasiones se ha tenido el agrado de poder entablar una conferencia de

prensa o darla al programa pasión por las motos, quienes se encargan de transmitir mensajes únicamente de motocicletas a miles de guatemaltecos.

El acercamiento a estos medios de comunicación realmente permite transmitir mensajes claros y llamativos para muchos y muchas.

Ventas personales

Cada una de las ventas personales requieren una preparación del equipo de ventas. Estos deben ser capaces de tomar decisiones y de darle algo diferente a cada negociación.

Generalmente en Yamaha Chimaltenango en la gran mayoría de casos las ventas se realizan de manera interna debido a que ocurren dentro del negocio específicamente. En este caso generalmente son los clientes quienes buscan un producto y se acercan a la tienda buscando una motocicleta que se adapte a sus necesidades, sin embargo, es importante mencionar que se cuenta con un equipo de vendedores preparados para orientar a los clientes y darle respuesta a cada una de las inquietudes que ellos tengan y superar de cierta forma sus expectativas.

Generalmente en Yamaha Chimaltenango en la gran mayoría de casos las ventas se realizan de manera interna debido a que ocurren dentro del negocio específicamente. En este caso generalmente son los clientes quienes buscan un producto y se acercan a la tienda buscando una motocicleta que se adapte a sus necesidades, sin embargo, es importante mencionar que se cuenta con un equipo de vendedores preparados para orientar a los clientes y darle respuesta a cada una de las inquietudes que ellos tengan y superar de cierta forma sus expectativas.

Así mismo es importante mencionar que Yamaha también realiza ventas externas, y en esto hace relación a que en muchas ocasiones se motiva a los empleados en este caso vendedores a atraer clientes, no esperar a que los clientes lleguen por sí solos.

Esto generalmente se hace en base al público objetivo que la tienda tenga ya que una motocicleta moderna y veloz no se le ofrecerá a una persona de una edad avanzada.

Generalmente en Yamaha Chimaltenango las ventas son realizadas de la manera descrita con anterioridad, demostrando la capacidad de los vendedores de poder tener esa capacidad de interacción y generación de confianza hacia los clientes ya que en muchas ocasiones es algo que da mucho de qué hablar, debido a que muchas empresas esperan a que el cliente se acerque, más no se interesan ellos en captar y llamar público mediante estrategias eficientes.

Promoción de ventas

Es más que importante la parte de promociones de ventas que de una u otra manera puedan incentivar a los clientes o público consumidor a adquirir una motocicleta específicamente se le quiere dar enfoque y potencial a la moto Yamaha Crypton.

Para poder incentivar a los clientes y de cierta manera poder animarlos a adquirir dicha motocicleta, se tienen pensadas varias promociones de ventas que sean atractivas para los mismos y dentro de estas se pueden mencionar las siguientes:

- Promoción de venta casco gratis en la compra de la motocicleta Yamaha Crypton
- Primer servicio post venta completamente gratuito en la compra de la motocicleta
- Placas gratis en la compra de la motocicleta
- Planes de financiamiento sin intereses

Estas promociones se llevan a cabo con el fin de cerrar negociaciones o incentivar a los clientes a comprar sus motocicletas Crypton en un corto plazo, con el fin de que puedan aprovechar las mismas y llevarse una motocicleta de calidad y prestigio.

Marketing directo

Dentro de las actividades principales a tomar en cuenta en el desarrollo del marketing directo se pueden mencionar y describir las siguientes:

Publicidad

Se invertirá en poder realizar publicidad en medios exteriores mediante mupis y unipolares en puntos estratégicos del departamento de Chimaltenango. Así mismo se pondrá mucho énfasis en la publicidad por medios digitales como Facebook, Instagram y también hacia cadenas o emisoras de radio.

El principal objetivo es poder transmitir un mensaje claro en estos medios para informar mucho más a las personas acerca de la motocicleta Yamaha Crypton T110 ya que es a este producto al que se le quiere dar un potencial merecido por las múltiples características especiales que posee, todo ello con el fin de poder abrir paso a dar una información más completa del producto, los beneficios que representa adquirirla y sobre todo también dar a conocer las promociones de ventas que van en relación a la compra de ella, no solo para la contribución del medio sino para el beneficio del cliente al adquirir un producto seguro, beneficioso y que cumple y sobre pase las expectativas de los consumidores.

Brief Publicitario

Información General

Empresa:	Yamaha Chimaltenango
Teléfono:	43719078
Ubicación:	Carretera Interamericana Km 55, 5-73 zona 4 Chimaltenango
Productos o servicios que ofreces:	Motocicletas/Repuestos/Accesorios/Taller de Servicios
Cuáles son tus valores:	Amabilidad, responsabilidad, sinceridad, disciplina y cooperación
Quiénes son tus competidores:	Honda, Suzuki e Italika
Breve historia o trayectoria de tu empresa:	Yamaha Chimaltenango inició en Febrero del año 2,007 siendo una agencia de distribución y venta oficial de motocicletas en Chimaltenango. En el año 2,017 en el mes de Febrero se dio un giro debido al relanzamiento de la tienda esto relacionaba un cambio en imagen convirtiéndose en una tienda 3S a nivel nacional que significa Sales, Spare Parts and Service. Obteniendo en el año 2,018 el premio de un viaje a Japón por ser una de las tiendas que rompió récord en ventas a nivel nacional.

Tabla 39 Brief información General

Descripción del Proyecto

Objetivo de la Campaña Publicitaria	El principal objetivo de la campaña publicitaria es poder lograr el Incremento de Ventas del 10% de la motocicleta Yamaha Crypton T110 en el departamento de Chimaltenango
Producto o productos	Motocicleta Yamaha Crypton T110
¿Cuál es el objetivo de comunicación?	Lograr informar mucho más acerca de las características y beneficios que ofrece la motocicleta Yamaha Crypton llegando al mercado meta deseado y de esa manera poder potenciar las ventas de esta motocicleta.

Tabla 40 Brief Descripción del proyecto

Público Objetivo o Target

Sexo:	Masculino y Femenino
Edad:	28-40 años
Nivel socioeconómico:	A, B y C
Localización geográfica:	Departamento de Chimaltenango y sus municipios
Estilo de vida:	Jóvenes, estudiantes y trabajadores
Estudios y aficiones:	N/A

Tabla 41 Brief Público objetivo o target

Estilos y Referencias

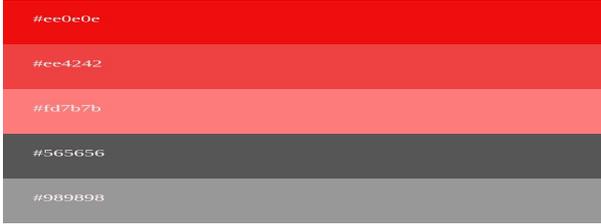
Código de Color o Pantone	
Aspectos relevantes de la comunicación	El fin principal es dar más información acerca de las características y beneficios que la motocicleta ofrece con el fin de que la conozcan muchas más personas y la adquieran.

Tabla 42 Brief Estilos y Referencias

Medios en lo que estará el diseño

Publicidad en redes sociales, Instagram y Facebook
Mupi y Unipolar en puntos específicos de afluencia en Chimaltenango
Publicidad en emisoras de radio más escuchadas del sector

Tabla 43 Brief Medios

Presupuesto

\$\$\$ o QQQ 8,000 anuales

Tabla 44 Brief Presupuesto

Plan de Medios detallado ATL, BTL y Digital

Calendario Plan de Medios 2023

ENERO

FECHA	MEDIO	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO
22 al 31	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Chimalteca	Eficacia medida
22 al 31	Radio	Yamaha Crypton T109	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Renacer	Eficacia medida
22 al 31	Redes Sociales	Yamaha Crypton T110	Interacción en la Publicación	DIGITAL	Facebook	Total de Alcance

FEBRERO

MARZO

FECHA	MEDIO	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO
12 al 18	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Chimalteca	Eficacia medida
12 al 18	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Renacer	Eficacia medida
12 al 18	Redes Sociales	Yamaha Crypton T110	Interacción en la publicación	DIGITAL	Facebook	Total de Alcance

ABRIL

MAYO

FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO
14 al 20	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Chimalteca	Eficacia medida
14 al 20	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Renacer	Eficacia medida
14 al 20	Redes Sociales	Yamaha Crypton T110	Video informativo de la motocicleta	DIGITAL	Video en Youtube	Vistas e impresiones

JUNIO

JULIO

FECHA	Medio/Act	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO
1 al 31	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Chimalteca	Eficacia medida
1 al 31	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Renacer	Eficacia medida
1 al 31	Redes sociales	Yamaha Crypton T110	Interacción en publicación	DIGITAL	Instagram	Total de Alcance
1 al 31	Redes sociales	Yamaha Crypton T110	Interacción en publicación	DIGITAL	Facebook	Total de Alcance
9 al 15	Animador	Yamaha Crypton T110	Desarrollo de actividades por Animador en el punto de venta	BTL	Punto de venta Agencia San Martín	Porcentaje de Clientes conseguidos
9 al 15	Animador	Yamaha Crypton T110	Desarrollo de actividades por Animador en el punto de venta	BTL	Punto de venta Agencia Chimaltenango	Porcentaje de Clientes conseguidos
9 al 15	Publicidad-Exterior	Yamaha Crypton T110	Unipolar con imagen de la motocicleta	BTL	Parada de Buses Km. 55 Chimaltenango	Porcentaje de clientes conseguidos

Tabla 48 Plan de medios Enero-Julio

AGOSTO

FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO
13 al 19	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Chimalteca	Eficacia medida
13 al 19	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Renacer	Eficacia medida

SEPTIEMBRE

OCTUBRE

FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO
8 al 14	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Chimalteca	Eficacia medida
8 al 14	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Renacer	Eficacia medida
1 al 31	Redes sociales	Yamaha Crypton T110	Interacción en publicación	DIGITAL	Facebook	Total de Alcance

NOVIEMBRE

FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO
12 al 18	Redes sociales	Yamaha Crypton T110	Interacción en publicación	DIGITAL	Facebook	Total de Alcance
24 al 30	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Chimalteca	Eficacia medida
24 al 30	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Renacer	Eficacia medida

DICIEMBRE

FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO
10 al 16	Animador	Yamaha Crypton T110	Desarrollo de actividades por Animador en el punto de venta	BTL	Punto de venta Agencia Patzún	Porcentaje de Clientes conseguidos
10 al 16	Animador	Yamaha Crypton T110	Desarrollo de actividades por Animador en el punto de venta	BTL	Punto de venta Agencia San Martín J	Porcentaje de Clientes conseguidos
10 al 16	Publicidad-Exterior	Yamaha Crypton T110	Mupi con imagen de la motocicleta	BTL	Parada de Buses Km. 70 Patzicia	Porcentaje de clientes conseguidos
10 al 16	Publicidad en Redes Sociales	Yamaha Crypton T110	Video informativo de la motocicleta mostrando beneficios	DIGITAL	Video en Youtube	Vistas e impresiones
1 al 31	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Chimalteca	Eficacia medida
1 al 31	Radio	Yamaha Crypton T110	Anuncio en Emisora	ATL	Radio Renacer	Eficacia medida
1 al 31	Redes sociales	Yamaha Crypton T110	Interacción en publicación	DIGITAL	Instagram	Total de Alcance
1 al 31	Redes sociales	Yamaha Crypton T110	Interacción en publicación	DIGITAL	Facebook	Total de Alcance

Tabla 49 Plan de medios Agosto-Diciembre

Presupuesto

RESUMEN DE PRESUPUESTO				
	% DE	PRESUPUESTO	PRESUPUESTO GASTADO	PRESUPUESTO RESTANTE
PERSONAL	88%	Q 58,200.00	Q 58,200.00	Q -
MARKETING	3%	Q 2,000.00	Q 1,900.00	Q 100.00
CONTENIDOS	0%	Q -	Q -	Q -
DESARROLLO	0%	Q -	Q -	Q -
TECNOLÓGICO	0%	Q -	Q -	Q -
PUBLICIDAD ONLINE	0%	Q -	Q -	Q -
MARKETING DE	0%	Q -	Q -	Q -
INFLUENCIA	0%	Q -	Q -	Q -
TELEMARKETING	3%	Q 2,000.00	Q 1,800.00	Q 200.00
PUBLICIDAD	3%	Q 2,000.00	Q 2,000.00	Q -
TRADICIONAL	3%	Q 2,000.00	Q 2,000.00	Q -
RELACIONES PÚBLICAS	3%	Q 2,000.00	Q 2,000.00	Q -
	100%	Q 66,200.00	Q 65,900.00	Q 300.00

Tabla 50 Presupuesto Anual de Marketing

Es importante mencionar que el presupuesto de marketing realizado y referente al resumen presentado, se puede identificar lo siguiente, y es que este presupuesto está ligado al presupuesto general desarrollado en la Fase 3 del desarrollo del proyecto, donde efectivamente se puede evidenciar que el total del presupuesto corresponde a Q66,200 para el año 2,023 tomando en cuenta el personal, y dentro de este rubro también fueron incluidos los gastos fijos como energía eléctrica, alquiler y combustible, teniendo un total de Q58,200, lo restante se desglosa a todo lo relacionado con marketing que es una inversión de Q8,000 anuales.

Cabe mencionar que efectivamente como se pudo evidenciar en los presupuestos anuales establecidos en la fase anterior, el porcentaje de marketing y sus segmentos coinciden con un 12% del total del presupuesto.

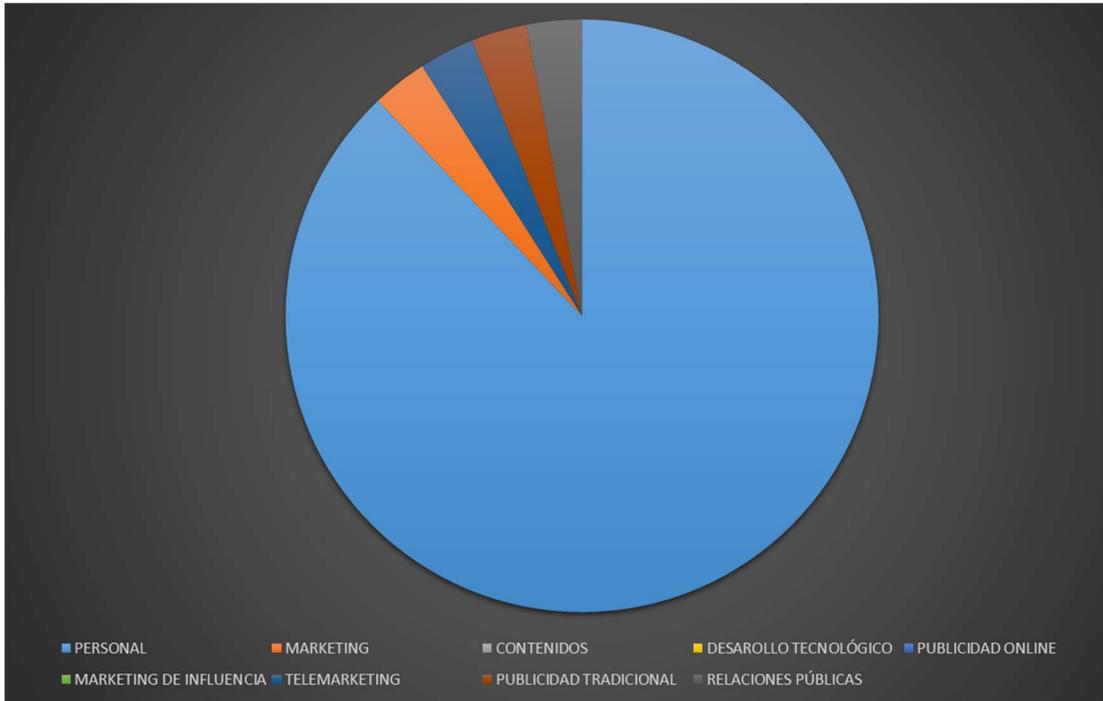


Ilustración 50 Presupuesto Marketing

Evidenciándose en esta gráfica presentada que personal abarca gran parte del presupuesto tomando en cuenta que en este rubro también se tomaron en cuenta los otros gastos fijos, y así mismo se muestra el porcentaje restante que es basado en toda el área de marketing trabajada y tomada en cuenta para el desarrollo del proyecto.

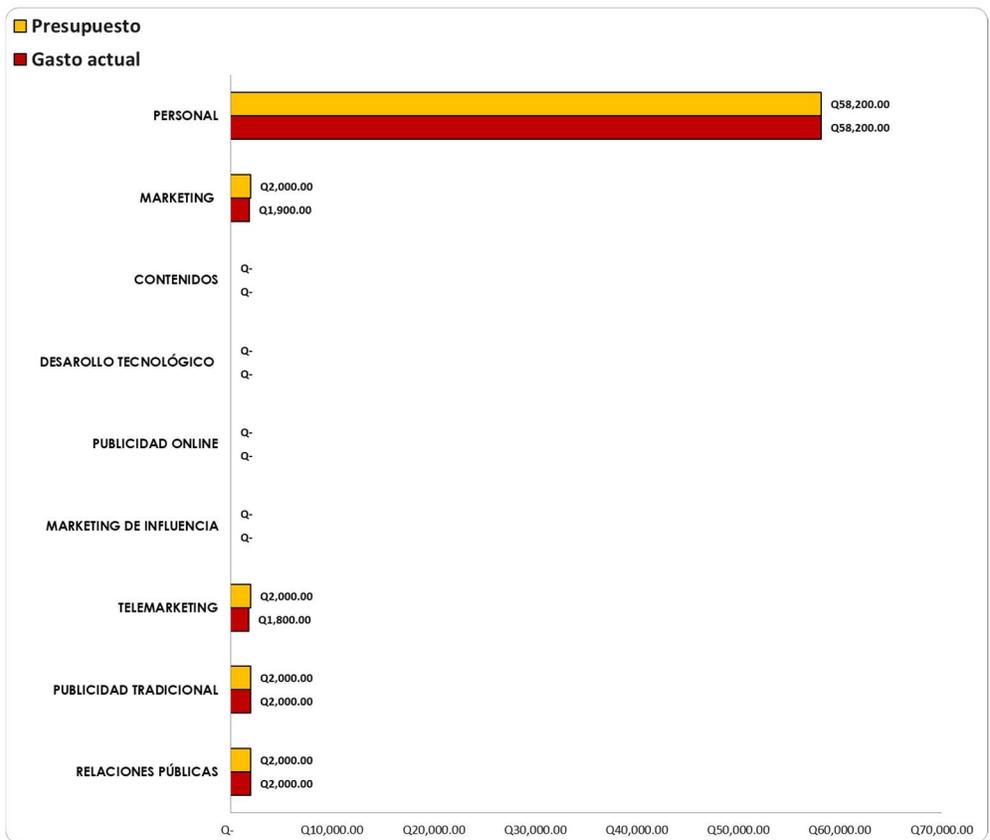


Ilustración 51 Desarrollo presupuesto Mk

Piezas publicitarias



Ilustración 52 Pieza Publicitaria 1



Ilustración 53 Pieza Publicitaria Post

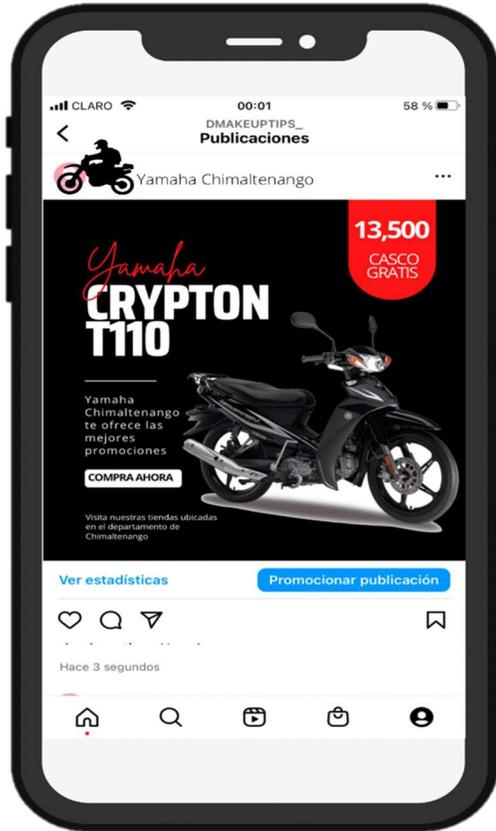


Ilustración 54 Pieza Publicitaria Instagram



Ilustración 55 Pieza Publicitaria 2

Calendarización

Cronograma (mes tipo) de medios digitales

PLANIFICADOR MENSUAL																												
Objetivo Primario	Incrementar las ventas de la motocicleta Yamaha Crypton un 10%																											
Objetivo Secundario	Generar una buena publicidad por medio de redes sociales de la moto																											
Audiencia Principal	H/M 28-40 años - estudiantes, profesionales, trabajadores, particulares																											
Audicencia	De 18-25 años																											
Redes Sociales	Semana 1							Semana 2							Semana 3							Semana 4						
	L	M	MM	J	V	S	D	L	M	MM	J	V	S	D	L	M	MM	J	V	S	D	L	M	MM	J	V	S	D
6:00:00 AM																												
7:00:00 AM																												
8:00:00 AM																												
9:00:00 AM																												
10:00:00 AM																												
11:00:00 AM																												
12:00:00 PM	■		■					■		■					■		■					■		■				■
1:00:00 PM																												
2:00:00 PM																												
3:00:00 PM																												
4:00:00 PM																												
5:00:00 PM																												
6:00:00 PM					■	■	■				■	■				■	■				■	■				■	■	
7:00:00 PM																												
8:00:00 PM																												
9:00:00 PM																												
10:00:00 PM																												

Tabla 51 Planificador Mensual

Este planificador mensual toma en cuenta el desarrollo y publicaciones en redes sociales específicamente Facebook, Instagram y YouTube. Estas plataformas servirán de mucho para poder interactuar con cada uno de los clientes y que conozcan mucho más sobre la marca Yamaha, pero específicamente sobre la Agencia Yamaha Chimaltenango y la motocicleta Crypton T110. La estrategia utilizada en cuanto al desarrollo de este planificador mensual es poder llegar a los usuarios en el momento correcto. Se tomó en cuenta el horario debido a que existen muchas personas que no pasan todo el día frente a su teléfono revisando redes sociales, es por esto que se tomaron en cuenta días y horarios estratégicos, como lo es poder generar y subir contenido unas horas antes de que muchos o muchas salgan a la hora de descanso o almuerzo en sus trabajos, para que cuando llegue la hora exacta de su descanso puedan encontrar desde ya contenido de Yamaha Chimaltenango. El mismo caso al momento de salir del trabajo que encuentren realmente ya material publicado.

Desarrollo de la semana planificada para redes sociales Julio 2,023

Fecha	Red Social	Ubicación	Tipo de Contenido	Responsable	Tema Central	Copy Strategy	Texto en Gráfica	Adaptación a otras RRSS	Estatus de Publicación
3/07/2023	Facebook	Post	Fotografía	Diana Tobías	Informar	¿Conoces la marca Yamaha?	Te presentamos una de las mejores marcas del mercado	Instagram	Publicado
5/07/2022	Instagram	Reels	Video	Diana Tobías	Mostrar la motocicleta Crypton	¿Buscas una motocicleta de calidad, buena, bonita y barata?	Conoce sobre Crypton T110	-	Publicado
8/07/2023	Instagram	Live	Video en vivo	Diana Tobías	Conoce nuestras instalaciones	Conoce las instalaciones de nuestras agencias en el departamento de Chimaltenango	¿Tienes 1 minuto?	Facebook	Pendiente de aprobación
10/07/2023	Facebook	Post	Fotografía	Diana Tobías	Promociones de la semana	¿Ya te enteraste de las promociones de la semana?	No te pierdas estas promociones	Instagram	Pendiente de aprobación
12/07/2023	Instagram	Post	Frase	Diana Tobías	Motivar a los clientes	Disfruta cada día de una rodada	Disfruta	-	Pendiente de aprobación
15/07/2023	Youtube	Video	Videoclip	Diana Tobías	Beneficios de una motocicleta Crypton	¿Necesitas una motocicleta ágil, económica y segura?	Por qué comprar una crypton?	-	Pendiente de aprobación
17/07/2023	Instagram	IGTV	Video	Diana Tobías	Historia de la marca Yamaha	¿Sabes como inicio una de las marcas más importantes en la industria de las motocicletas?	Yamaha y sus inicios	-	Pendiente de aprobación
22/07/2023	Facebook	Post	Fotografía	Diana Tobías	Servicios Post Venta	Yamaha te ofrece múltiples beneficios, garantía y un servicio post venta de calidad	Nuestros servicios Post Venta	Instagram	Pendiente de aprobación
24/07/2023	Instagram	Post	Frase	Diana Tobías	Motivar a los clientes	No es una persona, es tu moto	Aferrate a tu moto	-	Pendiente de aprobación
29/07/2023	Instagram	Post	Fotografía	Diana Tobías	Promociones de fin de mes	¿Ya te enteraste de nuestras promociones de fin de mes?	No te pierdas estas promociones	Facebook	Pendiente de aprobación

Tabla 52 Desarrollo semana planificada

Conclusiones

Se puede concluir que el objetivo principal de este proyecto realizado es incrementar las ventas de la motocicleta Yamaha Crypton T110 a un 10% dentro del departamento de Chimaltenango y evitar que este producto caiga en declive por el estado del ciclo de vida en el que se encuentra que actualmente se encuentra en la etapa de madurez, una de las etapas más largas dentro del ciclo de vida de un producto y a la vez poder resaltar los beneficios que esta motocicleta brinda hoy en día en cuanto a la economía que representa adquirirla. También es parte de poder encontrar las soluciones concretas y lograr el objetivo deseado, mencionando el desarrollo publicitario renovado de la motocicleta Yamaha Crypton T110 resaltando los beneficios de esta y las ventajas de adquirirla, la creación de promociones de ventas atractivas al consumidor, orientar de cierta forma las campañas publicitarias en el departamento de Chimaltenango, hacer énfasis a la post venta de dicho producto e intensificar promociones de manera persuasiva. Se puede concluir que se realizó una segmentación completa, desarrollando un enfoque importante hacia el mercado meta como tal, el cual se compone de hombres y mujeres entre la edad de 28 a 40 años que residan en el departamento de Chimaltenango, cuyos ingresos se encuentren desde los Q3500.00 mensuales en adelante para comodidad del cliente. Mediante una segmentación de mercado también se pudo conocer más a fondo las necesidades de los consumidores y preferencias de los mismo al momento de comprar una motocicleta. Con el fin de potenciar aún más las ventas de la motocicleta Yamaha Crypton 110 y que esta se conozca muchísimo más dentro del departamento de Chimaltenango ya que tiene un alto potencial y beneficios atractivos para los consumidores, creando así mayor fidelización a la marca y al producto en especial. Se establecieron estrategias de marketing y objetivos claros mostrados en el plan de medios, cronograma anual y también plasmado todo ello en un presupuesto anual, con el fin de poder intensificar las ventas de la tienda Yamaha Chimaltenango y sus puntos extensivos, por medio de mayor realce en cuanto a la publicidad de la motocicleta.

Hallazgos

Dentro de los hallazgos más importantes se puede mencionar el hecho de que el objetivo como tal del proyecto desarrollado es enfocado en poder aumentar un 10% las ventas de la motocicleta Yamaha Crypton dentro del departamento de Chimaltenango, resaltando que mediante toda la evaluación realizada fase por fase, se pudo determinar la viabilidad de dicho proyecto. Desde información clave e importante de la marca y el producto, como también una buena segmentación de mercado se pudo realizar una investigación de mercados, realmente profunda en donde se identificaron grandes datos e información valiosa para poder avanzar en el desarrollo de dicho proyecto, tomando en cuenta que gran mayoría de personas conoce sobre la marca y en base a todo ello le dieron un punto bastante grande aceptación a la motocicleta Crypton T110. Siendo importante también hay que mencionar que fue medida la viabilidad del proyecto por medio de un estudio profundo de factibilidad financiera que inicio desde una asignación de costos acordes a lo desarrollado y enfocados a la realidad. Todo ello permitió de cierta manera evaluar que tan rentable es y que frutos puede dar si se implementan las estrategias necesarias y correctas para el plan de acción como tal de poner en marcha todo lo planeado y mencionado.

Es por ello que en base a esa fase realizada también se desarrolló a profundidad la fase enfocada en todo el desarrollo de marketing y una campaña publicitaria que fuera acorde a las necesidades de la empresa como también del producto del que se está hablando, debido a que es una motocicleta ya existente, pero a la cual se le quiere dar un potencial mayor, esto debido a los beneficios que ofrece a los consumidores. Siendo también parte de todo ello un presupuesto de marketing enfocado a poder implementar medidas de crecimiento para el producto potenciando la publicidad en el área designada para llegar a más clientes y por lo tanto alcanzar ese aumento del 10% en cuanto a ventas en unidades de la motocicleta. Con un buen plan de medios y calendarización se pudo evidenciar lo importante que es tener un plan previo a todo para que las estrategias pensadas reflejen resultados positivos para el crecimiento y desarrollo de la empresa, pero principalmente del producto.

Recomendaciones

Dentro de las recomendaciones requeridas como tal para que el desarrollo del proyecto sea lo más objetivo, claro y exitoso posible es importante que se cumplan cada uno de los aspectos previamente mencionados, sin olvidar la esencia como tal del proyecto, el cual es lograr un incremento de ventas del 10% de la motocicleta Crypton dentro del departamento de Chimaltenango. Es importante recalcar que la constancia y responsabilidad son piezas claves para desarrollar cada una de las estrategias propuestas y posterior a ello, poder alcanzar cada una de las metas y objetivos planteados, no solo a corto sino enfocados hacia un futuro. Un futuro el cual pueda brindarle a la empresa y específicamente al producto del cual se ha desarrollado el proyecto, un alto potencial en cuanto a ventas y fidelización de clientes actuales y nuevos clientes. Abrir paso con el tiempo a la apertura de nuevos puntos de venta, siempre respetando la región correspondiente y mantener un alto grado de control sobre cada uno de ellos, implementar nuevos medios de comunicación por los cuales podamos crear y conectar con nuevos clientes, vía redes sociales, correos electrónicos, implementar espacios de exhibiciones y pruebas de manejo de dicha motocicleta y crear alianzas estratégicas con marcas y/o relacionadas con la venta de motocicletas para exhibir las mismas dentro de sus puntos de venta. Todos ellos son puntos clave para llegar a alcanzar mejor aún los objetivos deseados.

Captar y lograr mayor fidelización de clientes y nuevos clientes, lograr un incremento del 10% en ventas a través de estrategias de promoción de ventas y mayor publicidad, lograr la satisfacción de los clientes y hacer que sus expectativas sean superadas, fomentar compras rápidas y lograr recomendaciones y expandir la presencia dentro del segmento de mercado, son objetivos claves que se desean alcanzar, tanto a corto, como a mediano y largo plazo.

Bibliografía

Datosmacro.com. (s.f.). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/tipo-interes/guatemala>

Datosmacro.com. (02 de 09 de 2022). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/ipc>

El Banco Mundial en Guatemala. (s.f.). Obtenido de <https://www.yamaha.com.gt/>

Euroinnova. (s.f.). Obtenido de <https://www.euroinnova.gt/blog/11-6-1/la-importancia-del-marketing-en-las-empresas#:~:text=El%20marketing%20es%20el%20responsable,%2C%20servicio%2C%20marca%20o%20empresa.>

Gobierno de Guatemala Vicepresidencia. (s.f.). Obtenido de <https://vicepresidencia.gob.gt/politica-gobierno-2020-2024/Problematica-de-pais-Economia-Competitividad-y-Prosperidad>

Guatemala, E. P. (s.f.). *ProColombia.* Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/actualidad-internacional/manufacturas/uso-de-las-motos-se-masifica-en-guatemala>

Libre, P. (05 de 02 de 2021). *Central America Data.* Obtenido de https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Motocicletas_Ventas_crecen_ms_rpido

Oliva, V. (26 de 12 de 2019). *Universidad Tecnológica Metropolitana.* Obtenido de <https://admission.utem.cl/2019/12/26/como-influye-la-tecnologia-en-las-empresas/>

Pasion por las motos. (s.f.). Obtenido de <https://www.pasionporlasmotos.com.gt/noticias/item/1324-la-historia-continua-con-yamaha>

QuestionPro. (s.f.). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-aleatorio-simple/>

QuestionPro. (s.f.). Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html>

Ratha, D. (s.f.). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://blogs.worldbank.org/es/voices/una-guerra-durante-una-pandemia-consecuencias-de-la-crisis-de-ucrania-y-la-covid-19-en-la>

Salesforceblog. (s.f.). Obtenido de <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/07/estrategias-de-ventas-para-pymes.html>

Solunion. (13 de 04 de 2020). Obtenido de <https://www.solunion.es/blog/el-riesgo-politico-afecta-a-empresas/>

Yamaha Guatemala. (s.f.). Obtenido de <https://www.yamaha.com.gt/>

Anexos



Ilustración 56 Anexo 1



Ilustración 57 Anexo 2



Ilustración 58 Anexo 3

Gráficos

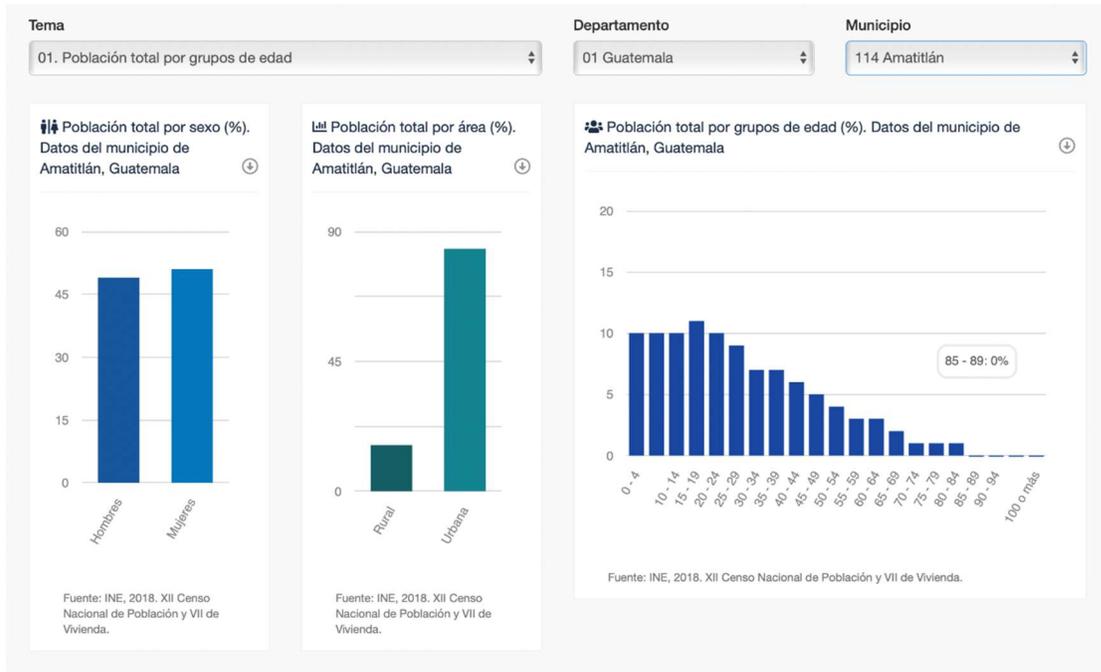


Ilustración 59 Gráfico de Población

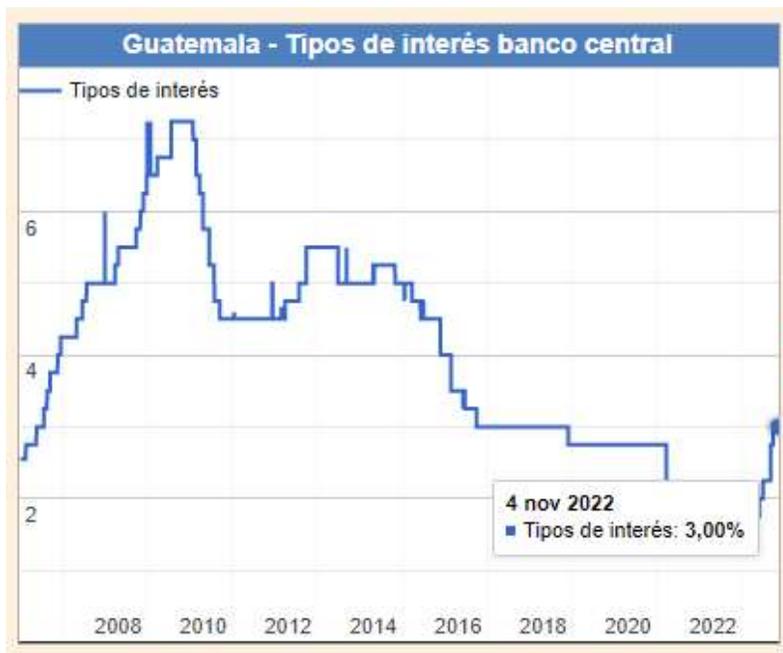


Ilustración 60 Gráfico tipo de Interés

Tablas

Guatemala - Tipos de interés banco central	
Fecha	Tipos de interés
23/09/2022	3,00%
02/09/2022	2,75%
01/07/2022	2,25%
27/05/2022	2,00%
26/06/2020	1,75%
26/03/2020	2,00%
20/03/2020	2,25%
30/11/2017	2,75%
06/11/2017	3,00%
01/10/2015	3,00%
25/06/2015	3,25%
08/06/2015	3,50%
07/06/2015	3,25%
25/02/2015	3,50%
27/11/2014	4,00%
04/07/2014	4,50%
03/07/2014	4,75%

Tabla 53 Tipos de interés

IPC Guatemala Septiembre 2022						
	Interanual		Acum. desde Enero		Variación mensual	
IPC General [+]	9,0%		7,9%		0,4%	
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	13,1%		11,6%		0,2%	
Bebidas alcohólicas y tabaco [+]	7,0%		6,4%		0,6%	
Vestido y calzado [+]	3,1%		2,6%		0,3%	
Vivienda [+]	6,6%		5,9%		1,5%	
Menaje [+]	9,0%		7,4%		0,5%	
Medicina [+]	2,6%		2,4%		0,2%	
Transporte [+]	9,8%		8,9%		0,1%	
Comunicaciones [+]	-0,2%		-0,2%		-0,2%	
Ocio y Cultura [+]	4,3%		2,7%		0,4%	
Enseñanza [+]	0,2%		0,2%		0%	
Hoteles, cafés y restaurantes [+]	9,3%		7,6%		0,7%	
Otros bienes y servicios [+]	4,7%		4,2%		0,3%	
< IPC 2022-08						

Tabla 54 IPC Guatemala

Guatemala: IPC anual			
	2021		2020
IPC General [+]	3,1%		4,8%
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	3,1%		8,7%
Bebidas alcohólicas y tabaco [+]	1,9%		1,2%
Vestido y calzado [+]	0,4%		-0,2%
Vivienda [+]	4,5%		0,7%
Menaje [+]	3,7%		1,1%
Medicina [+]	1,6%		2,2%
Transporte [+]	7,4%		9,9%
Comunicaciones [+]	0,5%		1,9%
Ocio y Cultura [+]	1,9%		-0,8%
Enseñanza [+]	-0,2%		0,2%
Hoteles, cafés y restaurantes [+]	3,0%		1,2%
Otros bienes y servicios [+]	1,5%		0,6%

Tabla 55 IPC Anual Guatemala



Guatemala, 05 de Enero de 2023

Señores:
Universidad Galileo
IDEA
Presente.

Por este medio de la presente YO Diana Gabriela Tobias Benavente que me identifico con número de carné 19001731 y con DPI 3106989870407 actualmente asignado (a) en la carrera: Licenciatura en Tecnología y Administración de la Mercadotecnia

"Autorizo a Instituto de Educación Abierta (IDEA) a la publicación, en el Tesario virtual de la Universidad, de mi proyecto de Graduación titulado:"

Incremento de ventas del 10% de la motocicleta Yamaha Crypton T110
en el Departamento de Chimaltenango

Como autor (a) del material de la investigación sustentada mediante el protocolo de IDEA.

Expreso que la misma es de mi autoría y con contenido inédito, realizado con el acompañamiento experto del coordinador de área y por tanto he seguido los parámetros éticos y legales respecto de las citas de referencia y todo tipo de fuentes establecidas en el Reglamento de la Universidad Galileo

Sin otro particular, me suscribo.

F. 