

PLAN DE NEGOCIO



Autor: Ceverich , Johanna Elizabeth

Tutor : María Eugenia Puccio

Año:2024

RESUMEN EJECUTIVO

Moto Touring Store se presenta como una solución innovadora y completa para los amantes de las motocicletas, ofreciendo un servicio integral que abarca desde el mantenimiento e instalación de accesorios hasta la provisión de indumentaria técnica especializada y la presencia de eventos. Con un enfoque tanto macroeconómico como microeconómico, la empresa se centra en satisfacer las necesidades comerciales esenciales para un lanzamiento exitoso.

La demanda de motocicletas y productos relacionados ha mostrado un crecimiento sostenido en San Miguel de Tucumán y sus alrededores, impulsado por factores como el aumento en la adopción de motocicletas como medio de transporte eficiente y económico, y el creciente interés en el motociclismo recreativo. A nivel nacional, el mercado de motocicletas y accesorios ha visto un alza en la demanda de equipamiento técnico y productos de alta calidad, motivado por una mayor conciencia en torno a la seguridad y la personalización. Estos hallazgos de mercado confirman que existe una oportunidad sólida para Moto Touring Store de captar una base de cliente

Este plan está diseñado para aprovechar el creciente mercado de motocicletas y accesorios en San Miguel de Tucumán, Moto Touring Store proyecta un crecimiento significativo en ventas, aumentando de \$945,134,739.72 en 2024 a \$2,491,753,227.79 en 2028.

El análisis financiero, considerando una inversión inicial de \$74,220,619 y una tasa de corte del 59% (compuesta por un rendimiento de la tasa de inflación de Brasil 13,5% ,más adicional del 45.5% riesgo), revela un Valor Actual Neto (VAN) de **\$138,588,366.54** y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 129%.

Estos resultados financieros demuestran que la inversión no solo es recuperable en en el plazo de un año y medio, sino que también genera un retorno significativo a lo largo de los cinco años proyectados. Con una propuesta de valor centrada en la calidad, la innovación y el servicio al cliente, Moto Touring Store está bien posicionada para convertirse en un líder en el mercado de servicios y productos para motociclistas, tanto a nivel local como nacional.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
IDEA DEL NEGOCIO.....	5
LA EMPRESA.....	8
DEFINICIONES ESTRATÉGICAS.....	9
DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL (Macro-entorno).....	10
ANÁLISIS PESTEL.....	10
MACROENTORNO.....	11
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS "EFE".....	16
MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO.....	17
MICROENTORNO.....	18
Matriz de Grupos Estratégicos.....	21
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS "EFI".....	23
Análisis FODA.....	24
ESTRATEGIAS FODA.....	25
MATRIZ PEYEA.....	28
OBJETIVOS.....	29
MERCADO OBJETIVO.....	30
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	31
SEGMENTACIÓN DE CLIENTE.....	33
DEMANDA POTENCIAL:.....	37
DESARROLLO DEL NUEVO NEGOCIO.....	43
PROPUESTA DE VALOR.....	44
PRODUCTOS.....	45
DISEÑO.....	48
PRODUCCIÓN Y OPERACIONES.....	49
Descripción de los puestos:.....	50
LOCALIZACIÓN Y LAYOUT:.....	53
DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS:.....	54
PRESUPUESTO DE INGRESO:.....	57
PRESUPUESTOS DE EGRESOS:.....	59
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL.....	61
ANÁLISIS FINANCIERO.....	64
Bibliografía.....	68
ANEXOS.....	69



INTRODUCCIÓN

Este plan de negocio ha sido meticulosamente desarrollado para ofrecer un análisis exhaustivo tanto a nivel macroeconómico como microeconómico, centrándose en los aspectos comerciales esenciales para el lanzamiento exitoso de Moto Touring Store. Este innovador concepto de negocio se posicionará como un servicio integral que ofrece un valor agregado significativo.

Moto Touring Store se destacará como una entidad especializada en brindar servicios personalizados de mantenimiento y colocación de accesorios para motocicletas, permitiendo a los usuarios gestionar, administrar y optimizar sus costos de manera eficiente. Además, los clientes disfrutarán de la comodidad de tener fichas técnicas detalladas que registrarán el historial de modificaciones y cambios realizados en sus vehículos, identificados mediante el número de dominio/patente.

En consonancia con su enfoque integral, Moto Touring Store ofrecerá una amplia gama de indumentaria técnica para motociclistas, que incluye guantes, pantalones, camperas, cascos y accesorios, todo ello diseñado para garantizar la máxima seguridad y comodidad para los usuarios.

Para diferenciarse aún más y consolidar relaciones con los clientes, la empresa ofrecerá presentaciones en eventos y organizará eventos internos, como rodadas y motoencuentros, lo que contribuirá a su posicionamiento en el mercado y a la fidelización de la clientela.

El concepto de Moto Touring Store surge de la necesidad identificada en el mercado de proporcionar un lugar integral donde los clientes puedan encontrar todo lo relacionado con sus motocicletas. Al abordar estas demandas insatisfechas, la empresa se distingue de la competencia al ofrecer una amplia gama de repuestos y accesorios, así como compartir

de manera consciente el conocimiento sobre el uso adecuado de las motocicletas con sus clientes.

IDEA DEL NEGOCIO

Moto Touring Store surge como respuesta a la creciente demanda de un servicio integral y personalizado para los entusiastas de las motocicletas. La idea principal es crear un destino único donde los usuarios puedan satisfacer todas sus necesidades relacionadas con sus motocicletas, desde el mantenimiento y la colocación de accesorios hasta la adquisición de indumentaria técnica y la participación en eventos especializados.

La empresa se distinguirá por su enfoque centrado en el cliente, brindando un servicio de atención personalizada que va más allá de simplemente vender productos. En Moto Touring Store, cada cliente será tratado de manera individualizada, con un énfasis en comprender sus necesidades específicas y proporcionar soluciones adaptadas a ellas.

En cuanto a los servicios ofrecidos, Moto Touring Store se especializa en el mantenimiento de motocicletas de las marcas y modelos de gama, incluyendo desde simples ajustes hasta reparaciones más complejas. Además, ofrecerá un amplio catálogo de accesorios de alta calidad, que van desde piezas de rendimiento hasta elementos estéticos, permitiendo a los clientes personalizar sus motocicletas según sus preferencias y estilo.

La tienda también contará con una sección dedicada a la venta de indumentaria técnica para motociclistas, incluyendo todo tipo de prendas de seguridad y equipamiento para garantizar una experiencia de conducción segura y confortable. Los clientes podrán encontrar desde cascos homologados y protecciones hasta ropa especializada para diferentes condiciones climáticas y estilos de conducción.

Además de estos servicios básicos, Moto Touring Store se destacará por su enfoque en la comunidad de motociclistas. La empresa organizará regularmente eventos y actividades como rodadas, motoencuentros y presentaciones en ferias y exposiciones,

creando así un espacio donde los amantes de las motocicletas puedan reunirse, compartir experiencias y fortalecer vínculos.

En resumen, Moto Touring Store no solo será un lugar donde los usuarios puedan encontrar todo lo que necesitan para sus motocicletas, sino también un punto de encuentro para la comunidad motociclista, donde la pasión por las dos ruedas se vive y se comparte.

“Moto Touring Store representa una oportunidad única para aquellos que buscan una experiencia completa en el mundo del motociclismo, combinando productos de calidad con un servicio excepcional y una atención personalizada.”¹

Es una actividad comercial y de servicio que se encuentra en auge dado el vínculo inseparable que tiene ²de las motocicletas.

En las estadísticas de ACARA , La Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina, demostraron ser unos de los medios de transporte más elegidos y patentados a nivel país, y donde Tucuman a nivel provincia se posiciona en quinto lugar , son económicas para el bolsillo del comprador , la versatilidad de estas para poder escabullirse entre el tráfico , son mucho más rápidas y ligeras , conseguir estacionamiento es mucho más sencillo.

³En el primer bimestre del año se patentaron 76.503 motos, un 13% más que en el mismo período del año anterior. En enero se patentaron 41.162 unidades, un 22,9% más que en 2022. Vale la pena resaltar que el 34,5% de las ventas fueron en la

1

<https://www.eltucumano.com/noticia/libre/286866/una-locura-por-dios-continua-este-fin-de-semana-el-pr>

2

<https://www.eltucumano.com/noticia/libre/286866/una-locura-por-dios-continua-este-fin-de-semana-el-pr>

3

<https://luchemos.org.ar/es/estadisticas/generales/quienes-como-y-donde-cifras-detalladas-de-siniestros-de-transito-en-argentina-2021>

<https://www.todoriesgo.com.ar/acara-patentamiento-autos-motos-febrero-2023/>

provincia de Buenos Aires. Fue seguida por Santa Fe (11%), Córdoba (9,5%), Chaco (5%) y Tucumán (4,4%)”

También surge como respuesta a la imperativa necesidad de proteger la integridad de los motociclistas, quienes transitan nuestras calles y rutas por diversas razones, ya sea por asuntos personales, laborales o por simple recreación en busca de aventuras. Es por ello que ofrecemos prendas de vestir adecuadas y cascos que cumplen con las normativas vigentes y están certificados, con el objetivo de minimizar lesiones o fatalidades en caso de accidente. Está comprobado que el uso del casco reduce significativamente el riesgo de mortalidad en un accidente de tránsito, con una disminución del 73%, y también reduce en un 85% la probabilidad de sufrir lesiones graves.

Como organización, no solo nos enfocamos en aspectos comerciales, sino que también asumimos un compromiso con la sociedad, buscando concientizar y cuidar a nuestros clientes. Queremos ser elegidos una y otra vez por nuestro compromiso con la seguridad y el bienestar de quienes confían en nosotros.

Es importante destacar que los motovehículos han sido protagonistas en el aumento de los accidentes viales en el 2021. Según datos de "Luchemos por la vida", el 47% de los accidentes viales involucran a motos, y la mayoría de estos incidentes ocurren en áreas urbanas, con una franja etaria predominante entre los 25 y 60 años. Es fundamental abordar esta problemática de manera integral, promoviendo el

uso responsable de los motovehículos y proporcionando los medios necesarios para garantizar la seguridad de los motociclistas y de quienes comparten las vías públicas con ellos.

Razón por la que Moto Touring Store equipara a sus clientes de pies a cabeza, informará lo necesario que es el uso del casco acorde y como este puede salvar su vida al igual que la indumentaria y el mantenimiento del motovehículo.

LA EMPRESA

Moto Touring Store, es una empresa integral que se dedicara a la atención personalizada de sus clientes, comercializará indumentaria técnica para motociclista, brindará servicio técnico y colocación de accesorios de excelencia para motos y como valor agregado organizará los eventos de rodadas y motoencuentros lo que le permitirá conocer más de lleno el mundo motociclista

Historia de los miembros

Moto Touring Store es un ambicioso proyecto liderado por Mauricio y Johanna, una pareja con una sólida experiencia en el sector. Su historia comenzó en 2022 cuando se conocieron y, actualmente, ambos son colegas en distintas áreas de una empresa dedicada a la venta de motovehículos.

Mauricio, un apasionado de las motos y los viajes en dos ruedas, cuenta con una amplia experiencia en el rubro. Como tucumano empleado en relación de dependencia, se encargará de las negociaciones con proveedores, el abastecimiento y la organización de stands y eventos. Su participación en eventos de renombre mundial, como el Moto GP en Las Termas de Río Hondo, le proporciona un invaluable conocimiento y experiencia.

Por otro lado, Johanna, estudiante de Administración de Empresas y trabajadora en relación de dependencia, aporta sus habilidades administrativas y blandas al proyecto. Se encargará de la administración, la capacitación del personal, la evaluación de eventos potenciales y el desarrollo web.

La idea de Moto Touring surge de la experiencia personal de Johanna y Mauricio, quienes identificaron falencias en el servicio y la atención al cliente en el sector. Su objetivo es brindar una experiencia única, centrada en la excelencia del servicio y la cercanía con el cliente.

Ambos reconocen el crecimiento constante y diversificación del mundo del motociclismo, lo que les llevó a realizar un exhaustivo análisis del entorno para definir su proyecto. A pesar de la situación económica del país, la demanda de motovehículos sigue en aumento, lo que les brinda una oportunidad única de crecimiento.

El enfoque del proyecto se centra en ofrecer productos de calidad, atención excepcional y capacitación constante para el personal. Además, buscan acompañar a los clientes en sus experiencias motoqueras y presentar innovación y versatilidad en sus

productos y servicios. Su visión es convertirse en un referente en el sector, destacándose por su compromiso con la excelencia y la satisfacción del cliente.⁴

DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

Misión:

En **Moto Touring Store** nuestra misión es ser el **punto de encuentro esencial** para los motociclistas apasionados, ofreciendo una **experiencia integral** que combina productos de alta calidad, tecnología innovadora y servicios especializados. Buscamos optimizar cada interacción, brindando soluciones personalizadas que no solo mejoren el rendimiento de la motocicleta, sino también la seguridad de cada cliente, creando un vínculo de confianza y satisfacción en cada visita.

Visión:

La visión de Moto Touring Store es centralizar las ramas del mercado motociclista , consolidarse y distinguirse como la primera empresa integral líder en indumentaria, repuestos, accesorios , tecnología e innovación y servicios a nivel nacional . Nos proyectamos como un ecosistema integral que anticipe y satisfaga las necesidades de los motociclistas, ofreciendo no solo productos y servicios, sino también un espacio donde cada cliente pueda **descubrir, crear y compartir su pasión por las motos**, estableciendo nuevos estándares en el sector.

Valores:

La cultura organizacional es la médula de toda estructura empresarial, de toda empresa u organización.

La cultura organizacional en esta empresa estará compuesta por valores y normas que son fundamentales para mantener el orden, el respeto, la integridad y el trabajo en equipo.

4

<https://www.ambito.com/negocios/clientes/inesperado-7-cada-10-empresas-pierden-un-mal-servicio-al-cliente-n5430728>

Moto Touring Store, como entidad fomentará valores como profesionalismo, espíritu emprendedor, compañerismo y empatía ya que comprender, compartir y respetar al prójimo es la base para poder brindar un buen ambiente laboral y que sus empleados se sientan acompañados diariamente generando de tal manera la motivación y un desempeño más profesional.

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL (Macro-entorno)

ANÁLISIS PESTEL

Este análisis es una herramienta que permitió focalizar en el grado de influencia que tienen los factores en el entorno de la organización, explorar el mercado potencial al momento de largar Moto Touring Store, evaluar las principales tendencias como así también identificar los riesgos y oportunidades del entorno.

Análisis PESTEL



MACROENTORNO

Factores Económicos:

El comercio constituye una de las principales actividades dentro de la economía de un país en cuanto al sector terciario.

Es agente generador de la mayor parte de las fuentes de trabajo por la diversidad que posee esta actividad.

La compra y venta de motos hoy en día dentro del mercado no solamente abarca a un segmento de personas con alto poder adquisitivo, sino que abre un abanico bastante más variado.

En Argentina se patentan cada vez más motos que autos 0km. En cuanto a motos en Septiembre del 2023 se patentaron⁵ más de 34.000 unidades, tuvo un incremento del 8.6% en lo que respecta al mismo periodo del 2022. (ACARA Oficial [@acaraoficial]. (2023, octubre 21))

Esto repercute directamente en la venta de indumentaria para motociclistas, equipamientos y accesorios para motos como así también el control de esta.

Si adquieres una moto dada las normas de tránsito debes circular con casco o si emprendes un viaje de corta o larga distancia debes viajar con ropa adecuada ya sea con sus respectivas protecciones y/o versatilidades.

Los viajes o el traslado de un lugar a otro implican que a ese medio de transporte debes realizar un servicio de mantenimiento.

Hoy en día la incertidumbre económica que se maneja a nivel país nos hace accionar ante estas alternativas de tal manera que permite hacer frente a los posibles contras que se generan por tal motivo, sean por una alta inflación que hacen a una suba de precio tanto en la adquisición de la mercadería como en la venta, y en el caso del cierre de importación en

5

https://twitter.com/acaraoficial/status/1716503202701443539?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Etweet

donde se analizan estrategias para adquirir nuevos proveedores , devaluación con respecto a la moneda local momento en el que tendremos se redoblan las estrategias en el mercado.

Factores Socioculturales:

Es uno de los puntos externos que más se diversifica y tienden a ser más difíciles de analizar dado el comportamiento de las personas.

El estilo de vida de las personas y el comportamiento de estas con el correr del tiempo va cambiando y esta se adapta al entorno , al cambio social o a un estilo de consumo. Es responsabilidad de la empresa hacer foco en esas preferencias.

Así como fueron realizándose cambios tecnológicos y en algunos estos quedando obsoletos, las motos no se quedaron atrás, sufrieron muchas modificaciones.

Se fueron adaptando a las necesidades de los clientes y con ello la demanda de los artículos de indumentaria , accesorios y mantenimiento fueron aumentando. Estos se convirtieron en una necesidad y una de las pretensiones o hobbies del cliente en el mundo motociclista, .

La preferencia se encuentra presente en diferentes sectores , hoy siete de cada diez argentinos, hombres y mujeres, utilizan motos como medio de transporte.

Las mujeres representan un incremento en cuanto a licencias en los últimos meses del 30% según datos actualizados de la Dirección de Licencias de Conducir y Antecedentes de Tránsito del Ministerio de Transporte de la Nación y el 70% corresponde a hombres en el 2022 . Hoy en día hay más de 1.000.000 de mujeres que se montan en dos ruedas y aprietan el acelerador. (Ministerio de Transporte, Agencia Nacional de Seguridad Vial, Marzo 2022)

Es un comercio en constante crecimiento el cual es grato explorarlo.

Los motociclistas se caracterizan por ser personas sociables y extrovertidas , tienen valores de hermandad y solidaridad entre sus integrantes lo cual sale a relucir en sus encuentros , rodadas y exposiciones.

Factores Políticos

Un aspecto fundamental a tener en cuenta al analizar este proyecto empresarial son los factores político - legales que afectarán al desarrollo de nuestra actividad, lo que genera un gran monopolio (Clarín, Once sectores en los que el Gobierno cree que hay monopolios, 10 Agosto del 2018).

Muchos tienen una visión entre las grandes empresas y el gobierno bastante negativa , lo que genera una gran desconfianza entre ambos sectores.

La otra nos lleva al gobierno de turno, Argentina vive un momento electoral bastante inquietante donde la economía a nivel país posee una incertidumbre preocupante sumado a que quedan las elecciones de noviembre.

Recaemos nuevamente en inflación , proyecciones estratégicas económicas , nuevos decretos , un ejemplo claro el de exportaciones como el decreto 557 que establece las nuevas alícuotas y adecuaciones , nuevos impuestos.

Donde la empresa se verá obligada a prever esto realizando actualizaciones de listas de precio , stock de reserva para hacer frente a las futuras modificaciones dado el desequilibrio macroeconómico que se vive.

Factores Legales:

En cuanto a legales a nivel nacional se tiene presente el siguiente marco legal:

- » Constitución Nacional
- » Ley de Seguridad Social
- » Sistema tributario Argentino -AFIP
- » Ley de Higiene y seguridad
- » Ley N° 24.449 (Ley Nacional de Tránsito y Seguridad Vial)
- » Leyes de transitos

Las Normales legales en San Miguel de Tucuman , se rigen de las siguientes condiciones a la hora de abrir un local comercial:

- » DECRETO N° 3836/S.Gral/15⁶
- » DECRETO N° 4396/SEH/15
- » DECRETO N° 4775/SEH/15
- » RESOLUCIÓN GENERAL N° 010/19
- » ORDENANZA N° 2648/98 (CÓDIGO DE PLANEAMIENTO URBANO)

Anexo N°1: Requisitos para habilitación .

Homologaciones de Indumentaria-Casco:

- ❖ EN 17092-2: AAA. El nivel más alto de protección. Incluye la máxima protección contra impactos y abrasión.
- ❖ EN 17092-3: AA. El segundo nivel más alto de protección. Incluye protecciones contra impactos. El nivel de seguridad contra la abrasión es inferior al AAA.
- ❖ EN 17092-4: A. El nivel más básico de protección. Se trata básicamente de ropa de ocio para circular en moto. Ofrece comodidad y sacrificio en seguridad.
- ❖ EN 17092-5: B. Este nivel es de protección sólo contra la abrasión. Equivale a una A y no incluye protecciones contra impactos. Por ejemplo, un pantalón vaquero de moto sin protecciones.
- ❖ EN 17092-6: C. Esta clase designa ropa de protección especial con únicamente protección contra impactos. No protege contra la abrasión. Por ejemplo, un peto de motocross.

⁶ <https://www.dimsmt.gob.ar/tramitesDetalle.asp?Id=454051077>

Factores Tecnológico:

Los avances tecnológicos han tenido un gran impacto en la vida de las personas y en las empresas en general.

Hay quienes son reacios al cambio, no dimensionan la transformación que pueden generar estos y la mejora en la calidad de vida que les puede brindar

Como organización estos cambios e innovaciones pueden generar costos tanto en la adquisición de ellos como así también en el mantenimiento y capacitación del personal.

Es una transición importante ya que afecta tanto interna como externamente a la organización. Demanda tiempo y dedicación.

La modernización en las herramientas de trabajo jugarán un papel importante dentro de esta, como así también la innovación en los productos que se ofrecen .

Los cascos que cada vez vienen con más accesorios, la indumentaria que se va innovando en cuanto a diseño, los escáner para detectar fallas en las unidades como motos.

Factores ecológicos

Dado que la organización además de vender se dedicará a la prestación del servicio de mantenimiento y colocación de accesorios.

Se contemplan leyes ecológicas -ambientales, que afectan la estructura del local comercial- y a la presentación de la empresa en eventos, que es lo que la diferenciara del resto.

Hacer usos de los insumos de manera responsable , cuidar el suelo y el ambiente de manera óptima como así también la clasificación de los desechos ,lo que permite generar el menor impacto negativo .

Se tienen en cuenta leyes :

- Impacto Ambiental Ley 123
- Inscripción Generador Residuos Peligrosos. Ley 2214/GCBA
- Inscripción Generador Residuos Peligrosos Nacional Ley 24051 y SIMEL

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS "EFE"

Matriz de Evaluación de Factores Externos "EFE"				
	Factores Externos Claves	Peso	Clasificación	Peso ponderado
Oportunidades	Personas que priorizan productos premium y experiencias de calidad	0.07	4	0.28
	Creación de alianzas con marcas innovadoras para personalización de motos	0.06	4	0.24
	Adopción de tecnologías de realidad aumentada para ventas en línea	0.04	3	0.12
	Servicios de mantenimiento preventivo avanzado para motocicletas	0.05	3	0.15
	Crecimiento en segmentos de motos eléctricas y sostenibles	0.07	4	0.28
	Capacidad de negociar precios al por mayor en productos exclusivos	0.05	3	0.15
	Mayor demanda por experiencias personalizadas en tours y eventos	0.06	4	0.24
	Servicios integrales con certificaciones especializadas	0.05	4	0.2
Amenazas	Incremento de ventas a través de suscripciones de mantenimiento y accesorios	0.03	3	0.09
	Incremento de costos de financiamiento por tasas de interés variables en compra	0.05	2	0.1
	Resistencias tecnológicas ante la automatización de procesos internos	0.04	2	0.08
	Confusión de precios por nuevos modelos de negocios tipo suscripción	0.06	3	0.18
	Entrada de competidores que integran experiencias digitales inmersivas	0.07	4	0.28
	Altos costos asociados a la adopción de tecnologías de movilidad sostenible	0.05	2	0.1
	Costos de expansión de infraestructura para nuevos depósitos automatizados	0.06	4	0.24
	Escasez de técnicos especializados en tecnologías de motos eléctricas	0.04	2	0.08
Impacto negativo en la satisfacción del cliente debido a tiempos de entrega prolo	0.08	3	0.24	
Inestabilidad en el acceso a productos importados por restricciones comerciales	0.07	3	0.21	
TOTAL		1		3.26

Valores Representados

PESO: de 0.0 (sin importancia) a 1.0 (muy importante)

CLASIFICACIÓN : 1. Impacto débil - 2. Impacto moderado negativo - 3 Impacto moderado positivo- 4 impacto fuertemente positivo.

PUNTAJE: Peso x clasificación

Conclusión Matriz EFE

El resultado final ponderado de **3.26** refleja que el entorno externo ofrece un impacto positivo moderado para la organización. Esto indica que las oportunidades superan en magnitud a las amenazas, pero todas deben ser gestionadas estratégicamente.

En este análisis, no se trata de comparar oportunidades con amenazas directamente, sino de entender el contexto general y priorizar acciones en base al puntaje final.



MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO

Esta matriz le permite a la empresa identificar sus principales competidores como así también cuales son las fortalezas y debilidades que estas poseen en relación con la posición estratégica de la empresa.

En el presente cuadro se presenta las empresas principales con las cuales se compete y a su vez el relevamientos de cada uno de los puntos analizados caracterizándose como implicancia de mayor a menor grado tanto en aspectos interno y externo referente a fortalezas y debilidades.

MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO													
	PONDERACIÓN	MOTO TOURING STORE		YUHMAK MOTOS		MOTO SAENZ PEÑA		MOTO MUNDO		SOLO MOTOS		ASPEN	
		CLASIF.	PUNTOS	CLASIF.	PUNTOS	CLASIF.	PUNTOS	CLASIF.	PUNTOS	CLASIF.	PUNTOS	CLASIF.	PUNTOS
Participación en el mercado	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Garantía en Servicio	0.1	4	0.4	3	0.3	2	0.2	3	0.3	1	0.1	2	0.2
Competitividad de los precios	0.1	3	0.3	2	0.2	2	0.2	4	0.4	2	0.2	3	0.3
Gama de productos	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3	2	0.2	2	0.2	2	0.2
Personal calificado	0.09	4	0.36	2	0.18	3	0.27	3	0.27	3	0.27	3	0.27
Innovación	0.08	3	0.24	2	0.16	2	0.16	3	0.24	2	0.16	2	0.16
Publicidad	0.08	3	0.24	4	0.32	3	0.24	3	0.24	2	0.16	3	0.24
ubicación de las instalaciones	0.07	3	0.21	3	0.21	3	0.21	2	0.14	2	0.14	4	0.28
Facilidades de pago	0.09	2	0.18	4	0.36	4	0.36	2	0.18	3	0.27	3	0.27
Horarios de atención	0.03	3	0.09	2	0.06	3	0.09	3	0.09	2	0.06	3	0.09
Cartera de clientes	0.09	1	0.09	3	0.27	3	0.27	3	0.27	3	0.27	3	0.27
Reputación	0.07	3	0.21	3	0.21	3	0.21	3	0.21	3	0.21	3	0.21
TOTAL	1	35	2.92	36	3.07	34	2.81	34	2.84	28	2.34	34	2.79

Concepto	Referencia
Debilidad Grande	1
Debilidad Menor	2
Fortaleza Menor	3
Fortaleza Mayor	4

Conclusión de Matriz del Perfil Competitivo

En conclusión este análisis permite identificar a la empresa YUHMAK, como uno de los competidores más directos y más fuerte en el mercado en términos competitivos.

Por ende Moto Touring Store trabajará en términos relativos a los números arrojados en este perfil , ya que el éxito de una empresa dependerá de mejorar los puntos débiles de cada competidor, y hacer pie en una mejora continua en cuanto procesos de satisfacción y fidelización del cliente.

Prever un servicio de excelencia la caracteriza y le permitirá resaltar entre sus competidores.

Al ser una empresa nueva se deberá trabajar en la cartera de clientes , como así también en las negociaciones con los proveedores para obtener beneficio y lograr mandar al mercado precios competitivos y brindando garantías de los productos de reventa y servicio.

MICROENTORNO

ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Porter definió la estrategia competitiva, como las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para crear una posición defendible dentro de una industria. Un enfoque muy popular para la planificación de la estrategia corporativa ha sido el propuesto por Michael Porter, cuyo punto de vista es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado.⁷

Las fuerzas desarrolladas repercuten tanto externa como internamente en la empresa por eso es importante destacar el impacto que genera cada una de ellas.

⁷ <https://docs.google.com/document/d/1PwOqg09UtSTBgwsyDWNy8SurpjF9wHqjEtLdveoBz0M/edit>

CINCO FUERZAS DE PORTER

MOTO TOURING STORE

Este análisis nos permite evaluar la rentabilidad de la empresa, según las fuerzas de la industria que nos podrían afectar.



1. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES- FUERZA BAJO:

Moto Touring Store opera en un mercado donde los clientes tienen un bajo poder de negociación. El cliente al tener acceso a productos similares de otros competidores, pueden ejercer presión sobre los precios, la calidad y los servicios ofrecidos por la empresa. Sin embargo, dado que el mercado está cerca de una competencia perfecta, la pérdida de un cliente no afecta en Moto Touring drásticamente para la fijación de precios al tener un valor agregado que marca la diferencia.

La baja capacidad de los clientes en la negociación no impactará en la política de precio de la empresa, Moto Touring puede mantener el equilibrio entre precios competitivos y mark-up sostenible dado el valor agregado.

2. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES -FUERZA BAJA

Moto Touring Store opera en un mercado donde los clientes tienen un alto poder de negociación debido a la gran cantidad de opciones disponibles. Al tener acceso a productos similares de otros competidores, pueden ejercer presión sobre los precios, la calidad y los servicios ofrecidos por la empresa. Sin embargo, dado que el mercado está cerca de una competencia perfecta, la pérdida de un cliente individual no afecta drásticamente la fijación de precios.

El alto poder de los clientes implica que Moto Touring Store debe competir no solo en precio, sino también en servicio y diferenciación. Para aplacar este riesgo, la empresa debe ofrecer valor agregado a través de una experiencia de compra integral, que incluya no solo productos de alta calidad, sino también servicios complementarios, como instalación y personalización, que justifiquen precios más altos.

3. AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES FUERZA ALTA:

La baja barrera de entrada en el mercado significa que nuevos competidores pueden aparecer fácilmente. Esto incluye concesionarios de motocicletas, casas de repuestos y talleres de mantenimiento que pueden ofrecer productos similares o con valor agregado.

Para reducir la amenaza de nuevos competidores, Moto Touring Store debe enfocarse en una fuerte diferenciación a través de una oferta integral de productos y servicios. La participación en eventos, una estrategia de marketing eficaz, y una alta inversión en servicio al cliente y personalización serán clave para construir una ventaja competitiva sostenible.

4. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS - FUERZA ALTA:

La baja barrera de entrada en el mercado significa que nuevos competidores pueden aparecer fácilmente. Esto incluye concesionarios de motocicletas, casas de repuestos y talleres de mantenimiento que pueden ofrecer productos similares o con valor agregado.

Para reducir la amenaza de nuevos competidores, Moto Touring Store debe enfocarse en una fuerte diferenciación a través de una oferta integral de productos y servicios. La participación en eventos, una estrategia de marketing eficaz, y una alta inversión en servicio al cliente y personalización serán clave para construir una ventaja competitiva sostenible.

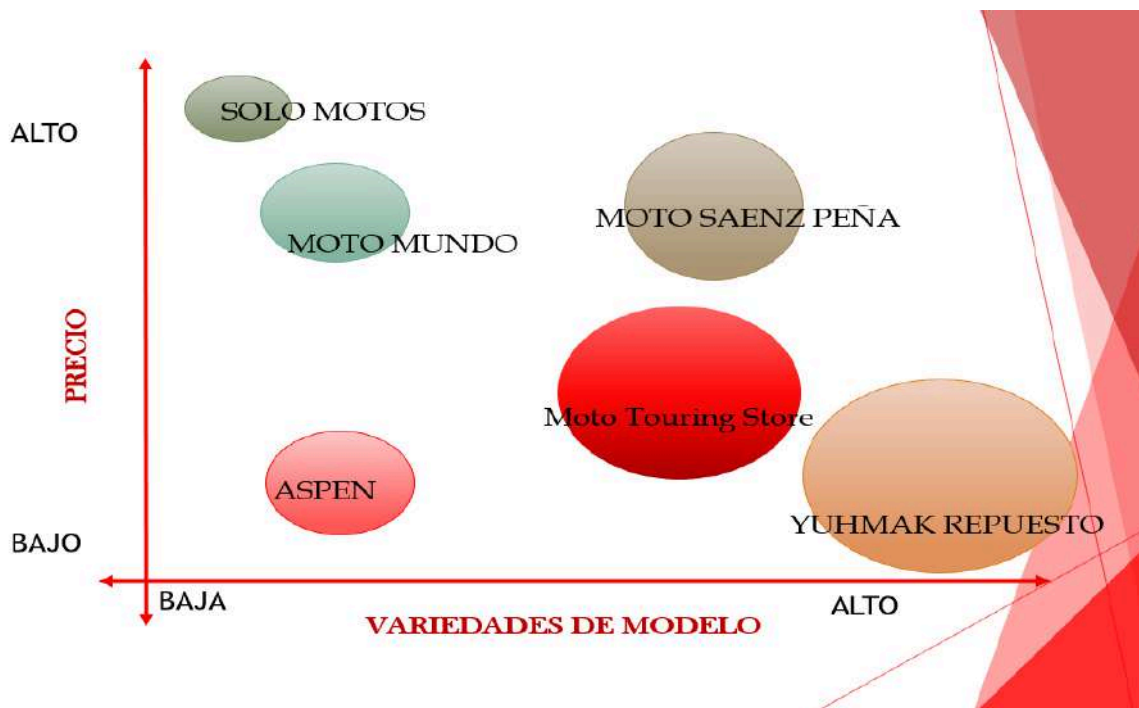
5. RIVALIDAD COMPETITIVA- FUERZA MEDIA:

El mercado de Moto Touring Store se enfrenta a una competencia constante, donde la rivalidad se intensifica según el grado de diferenciación que logre cada jugador. Competir solo en precio puede ser riesgoso, ya que conduce a una erosión de márgenes. En cambio, una estrategia diferenciada basada en la personalización, el servicio al cliente y una fuerte identidad de marca puede reducir esta rivalidad.

Moto Touring Store debe evitar la competencia de precios y, en su lugar, centrarse en ofrecer un valor único que justifique un precio superior. Una estrategia que promueva la lealtad del cliente y una experiencia de compra única permitirá a la empresa reducir los efectos de la rivalidad en el mercado.

Matriz de Grupos Estratégicos

Empresa	Precio	Variedad de Modelo
Yuhmak Motos	Bajo	Alta
Moto Saenz Peña	Alto	media
Moto Mundo	Alto	baja
Solo Motos	Alto	baja
Aspen	Alto	baja



Conclusión:

En base a las similitudes de la competencia en cuanto a precio y variedades de modelos trabaja estratégicamente en la fijación de precio, que este no esté por debajo de la competencia y en base a los productos sustitutos y que el precio no sea elevado lo cual hará que la demanda se reduzca.

Realizará intensos análisis de costo que permitirá medir la retribución, rentabilidad y margen ganancial y establecer jerarquía entre los productos y servicios ofrecidos, la oferta ya que en algún momento estarán determinados por el mercado y demanda de los clientes más la competencia ya que el cliente tiende a comprar precio.

Incluirá ofertas en los productos de mayor relevancia y en productos variados manteniendo el criterio de obtener un markap que sea redituable para la empresa y que los costos de reposición estén cubiertos.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS "EFI"

Matriz de Evaluación de Factores Internos "EFI"				
	Factores Internos Claves	Peso	Clasificación	Peso ponderado
Fortalezas	Experiencia en el rubro	0.07	4	0.28
	Servicio de atención y asesoría personalizada	0.05	3	0.15
	Negociaciones con proveedores	0.07	4	0.28
	Compromiso con el cliente	0.06	4	0.24
	Personal en constante capacitación	0.04	3	0.12
	amplia selección de productos	0.07	3	0.21
	Motivación al personal	0.05	4	0.2
	operatoria flexible para lograr satisfacción al cliente	0.1	3	0.3
	los productos y servicios de la empresa se adaptan a las normas establecidas	0.1	4	0.4
SUBTOTAL DE FORTALEZAS				2.18
Debilidades	Local alquilado	0.1	1	0.1
	Falta de planes de financiación propia	0.03	1	0.03
	entregas retrasadas	0.05	2	0.1
	altos costos en la adquisición de mercadería	0.03	3	0.09
	posicionamiento de la empresa	0.03	2	0.06
	implementación de sitio web	0.05	1	0.05
	Limitaciones en los recursos económicos	0.03	4	0.12
	Sistema inadecuado para las entregas	0.03	3	0.09
Trabajo bajo presión	0.04	1	0.04	
SUBTOTAL DE DEBILIDADES				0.68
TOTAL		1		2.86

Valores Representados

PESO: de 0.0 (sin importancia) a 1.0 (muy importante)

CLASIFICACIÓN : 1. Debilidad Mayor - 2. Debilidad Menor - 3 Fortaleza Menor - 4 Fortaleza Mayor.

PUNTAJE: Peso x clasificación.

Conclusión Matriz EFI

El análisis interno determina un 2.86 en cuanto a cómo está posicionado el proyecto con sus fortalezas quien posee un porcentaje mayor al de las debilidades. Porcentaje que indica que la empresa es internamente fuerte en muchos puntos que beneficia a la organización. Arrojando un porcentaje del valor ponderado del 2.18 en fortalezas y un 0.68 en debilidades.



Sin ir más lejos el punto a resaltar es la negociación con los proveedores que le permitirá pelear precios, plazos de pago y entrega.

Las capacitaciones constantes en el equipo será un factor fundamental y es fuerte dado que este proyecto se basa en compromiso constante con el empleado y el cliente

La atención personalizada y buena atención fortalecen la unidad, ya que un cliente satisfecho recomendará a Moto Touring Store .

Un equipo motivado rinde mucho más que uno que trabaja sin premios y contentimiento.

Un equipo unido y que rema para el mismo lado hace a la empresa que se consolide más de manera interna y eso es algo que a simple vista el cliente también puede apreciar.

Pero también hay debilidades a cumplir en las cuales se trabajará de manera eficaz.

El trabajo bajo presión , que muchas veces dificulta las entregas a los clientes ya que el empleado puede llegar a sentirse frustrado ante la traba de no poder resolver un problema.

Los traslados a eventos que incurren en gastos de logística, y personal y muchas veces al reducir el personal internamente puede generar demoras en atención a los clientes del local o retrasar las entregas que ya se habían pactado.

Análisis FODA

Análisis FODA			
Análisis Interno		Análisis Externo	
#	Debilidades	#	Amenazas
1	Local alquilado	1	Incremento de costos de financiamiento por tasas de interés variables en compras a crédito
2	aumento de la competencia	2	Resistencias tecnológicas ante la automatización de procesos internos
3	entregas retrasadas	3	Confusión de precios por nuevos modelos de negocios tipo suscripción
4	altos costos en la adquisición de mercadería	4	Entrada de competidores que integran experiencias digitales inmersivas
5	posicionamiento de la empresa	5	Altos costos asociados a la adopción de tecnologías de movilidad sostenible
6	implementación de sitio web	6	Costos de expansión de infraestructura para nuevos depósitos automatizados
7	Limitaciones en los recursos económicos	7	Escasez de técnicos especializados en tecnologías de motos eléctricas
8	Sistema inadecuado para las entregas	8	Impacto negativo en la satisfacción del cliente debido a tiempos de entrega prolongados
9	Trabajo bajo presión	9	Inestabilidad en el acceso a productos importados por restricciones comerciales
Análisis Interno		Análisis Externo	
#	Fortalezas	#	Oportunidades
1	Experiencia en el rubro	1	Personas que priorizan productos premium y experiencias de calidad
2	Servicio de atención y asesoría personalizada	2	Creación de alianzas con marcas innovadoras para personalización de motos
3	Negociaciones con proveedores	3	Adopción de tecnologías de realidad aumentada para ventas en línea
4	Compromiso con el cliente	4	Servicios de mantenimiento preventivo avanzado para motocicletas
5	Personal en constante capacitación	5	Crecimiento en segmentos de motos eléctricas y sostenibles
6	amplia selección de productos	6	Capacidad de negociar precios al por mayor en productos exclusivos
7	Motivación al personal	7	Mayor demanda por experiencias personalizadas en tours y eventos
8	operatoria flexible para lograr satisfacción al cliente	8	Servicios integrales con certificaciones especializadas
9	los productos y servicios de la empresa se adaptan a las normas establecidas	9	Incremento de ventas a través de suscripciones de mantenimiento y accesorios

ESTRATEGIAS FODA

Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)

1. Capitalizar la experiencia en el rubro y la atención personalizada (F1, F2) para atraer a clientes que priorizan productos premium y experiencias de calidad (O1): Desarrollar campañas que destaquen la experiencia y la atención especializada, enfocándose en clientes que buscan productos premium. Ofrecer paquetes personalizados que incluyan asesoría en la selección de accesorios y servicios de mantenimiento de alta calidad.

2. Aprovechar la amplia selección de productos (F6) para crear alianzas con marcas innovadoras (O2): Formar alianzas con marcas emergentes que ofrezcan accesorios y tecnologías de vanguardia, destacando la diversidad de productos exclusivos disponibles en Moto Touring Store. Estas alianzas pueden ofrecer valor adicional y aumentar la lealtad del cliente.

3. Impulsar la adopción de tecnologías de realidad aumentada (O3) para potenciar el servicio de atención personalizada (F2) y la amplia experiencia en el rubro (F1): Integrar herramientas de realidad aumentada (AR) para mejorar la experiencia de compra online, permitiendo que los clientes visualicen cómo se verían los accesorios en sus motocicletas. Este servicio puede aumentar la diferenciación frente a la competencia.

4. Ofrecer servicios de mantenimiento preventivo avanzado (O4) con personal en constante capacitación (F5): Aprovechar el equipo capacitado para implementar programas de mantenimiento preventivo avanzado, lo que podría captar a clientes que buscan un cuidado especializado y proactivo para sus motocicletas, especialmente en segmentos premium y eléctricos.

5. Usar la motivación del personal y la flexibilidad operativa (F7, F8) para crear experiencias personalizadas en tours y eventos (O7): Desarrollar experiencias únicas y personalizadas, como tours en motos premium o eventos especiales, aprovechando la flexibilidad operativa para adaptarse a las necesidades de los clientes y la motivación del personal para ofrecer una experiencia memorable.

Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)

1. Mitigar el riesgo del local alquilado (D1) frente a los altos costos de expansión de infraestructura (A6): Negociar contratos de alquiler a largo plazo o buscar opciones de financiación flexible para asegurar la estabilidad del local. Al mismo tiempo, evaluar la posibilidad de expandirse de manera estratégica en depósitos compartidos o automatizados para optimizar costos.

2. Mejorar el sistema de entregas (D3, D8) para reducir el impacto de la insatisfacción por tiempos prolongados (A8): Invertir en la mejora del sistema logístico y optimizar el proceso de entrega para evitar retrasos, incorporando software de gestión de logística o asociándose con empresas de transporte especializadas en entregas rápidas. Esto ayudará a reducir la insatisfacción del cliente y mejorar la experiencia postventa.

3. Invertir en la implementación de un sitio web robusto (D6) para evitar la entrada de competidores digitales con experiencias inmersivas (A4): Priorizar la construcción de un sitio web avanzado que no solo ofrezca venta de productos, sino también experiencias interactivas, como visualización en 3D de los productos, personalización en línea, y venta de servicios complementarios.

4. Buscar financiamiento flexible para la adquisición de mercadería (D4) ante el incremento de costos de financiamiento (A1): Negociar con proveedores condiciones de pago más flexibles o buscar acuerdos de financiación con instituciones bancarias que ofrezcan tasas de interés más estables, para evitar que el incremento en las tasas de interés afecte la rentabilidad.

5. Ajustar el posicionamiento de la empresa (D5) para enfrentar la entrada de competidores que ofrecen experiencias digitales inmersivas (A4): Trabajar en una estrategia de marca sólida y un reposicionamiento que haga énfasis en la personalización y la calidad superior, para mantenerse competitivo frente a competidores que ofrecen experiencias digitales innovadoras.

Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)

1. Superar las limitaciones económicas (D7) capitalizando la demanda por servicios integrales con certificaciones especializadas (O8): Ofrecer servicios de mantenimiento y personalización certificados, que puedan justificar precios más altos y aumentar la rentabilidad, superando las limitaciones económicas actuales.

2. Implementar un sitio web eficiente (D6) para aprovechar el incremento de ventas por internet (O9): Desarrollar una plataforma de comercio electrónico que ofrezca suscripciones de mantenimiento y servicios de personalización en línea, permitiendo a los clientes gestionar sus compras desde la web y generar ingresos recurrentes a través de estos nuevos modelos.

3. Optimizar el sistema de entregas (D8) para aprovechar el crecimiento en los segmentos de motos eléctricas y sostenibles (O5): Mejorar la logística y la eficiencia en las entregas para captar clientes en el creciente mercado de motos eléctricas, ofreciendo entregas rápidas y confiables de accesorios especializados para estos vehículos.

Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)

1. Utilizar la experiencia en el rubro (F1) para resistir la entrada de competidores con experiencias digitales inmersivas (A4): Resaltar la larga trayectoria y la experiencia del equipo para ofrecer una asesoría más personalizada y humana que compense las limitaciones frente a competidores que están centrados en lo digital.

2. Aprovechar las negociaciones con proveedores (F3) para reducir el impacto de los altos costos asociados a la adopción de tecnologías sostenibles (A5): Utilizar la habilidad para negociar con proveedores para obtener mejores condiciones en la adquisición de productos tecnológicos y sostenibles, lo que mitigaría el impacto financiero de estos avances.

3. Implementar capacitación constante del personal (F5) para minimizar el riesgo de resistencia tecnológica (A2): Seguir ofreciendo formación continua al personal, especialmente en nuevas tecnologías y procesos automatizados, para evitar la resistencia interna al cambio y mejorar la eficiencia operativa.

MATRIZ PEYEA

La matriz PEYEA , representa la posición estratégica de la organización y le permitirá a la empresa tomar mejores decisiones , ya que es a su vez un recurso importante dentro de esta.

Dentro de los cuadrantes se puede ver en qué posición se encuentra la empresa, sea una agresiva, competitiva, conservadora , defensiva.

MATRIZ PEYEA				
POSICIÓN ESTRATÉGICA INTERNA		POSICIÓN ESTRATÉGICA EXTERNA		
FUERZA FINANCIERA (FF)	(1 PEOR 6 MEJOR)	ESTABILIDAD EN EL AMBIENTE (EA)	(-1 MEJOR -6 LO PEOR)	
Tasa de retorno de la inversión		4	Cambios tecnológicos	-4
Apalancamiento		1	Variabilidad en la demanda	-3
Liquidez		4	Precios del producto	-6
Capital de Trabajo		6	Barreras para entrar al mercado	-3
Utilidad		3	Abundancia de materia prima	-4
TOTAL	3.6	TOTAL	-4	
POSICIÓN ESTRATÉGICA INTERNA		POSICIÓN ESTRATÉGICA EXTERNA		
VENTAJA COMPETITIVA (VC)	(-1 MEJOR -6 LO PEOR)	FUERZA DE LA INDUSTRIA (FI)	(1 PEOR 6 MEJOR)	
Participación en el mercado		-2	Oportunidad de crecimiento	5
Calidad del producto		-4	Tecnología disponible	5
Conocimientos tecnológicos		-3	Oportunidad de Expansión	6
Ciclo de vida del producto		-6	Acceso a nuevas tecnologías	-4
Negocio competitivo		-1	Accesos a nuevas máquinas	4
TOTAL	-3.2	TOTAL	4.8	



La matriz se arroja, una gran estrategia **competitiva**, la ventaja de proporcionar un servicio integral, en cuanto a la **fuerza de la industria**, pueden haber cambios en el entorno, pero Moto Touring estará a la vanguardia, con capacitaciones con respecto a los nuevos equipamientos para brindar a sus clientes el mejor servicio, por otro lado lo **conservador** permitirá captar mayores clientes lo que genera dentro de la organización mayor poder de negociación, **agresiva** la cual se proyecta en base a las dos antes mencionadas.

OBJETIVOS

Objetivos a corto plazo de 6 meses a 1 año:

Definir objetivos a corto plazo es fundamental para avanzar de manera efectiva hacia metas más grandes.

1. Incrementar las ventas mensuales en un 5%, durante los meses subsiguientes del año 2024.
2. Incrementar la cartera de clientes en un 15% en el tercer trimestre del año de apertura.
3. Sumar a la cartera un proveedor que proporcione una marca exclusiva (Pro-Skin), importada para el segundo semestre del año 2024.

Objetivos a mediano plazo 1 año a 3 años :

1. Lograr el retorno del 100% de la inversión inicial para el cierre del ejercicio del año 2027
2. Triplicar el nivel de facturación para el segundo semestre del 2025.
3. Aumentar en un 30% la participación en el mercado de la industria motociclista en el segundo semestre del 2025.

Objetivos en el largo plazo de más 5 años

- Expandir la presencia del negocio a nivel regional, concretando la apertura de una sucursal en la provincia de Salta para el 2028..
- Aumentar la productividad y reducir los costos en un 15% en los próximos cuatro años.
- Adquirir un edificio propio para el año 2030 como casa central.
- Alcanzar una calificación de por lo menos 4 estrellas en google.

Estos objetivos a largo plazo proporcionan una visión clara de dónde se desea que esté Moto Touring como negocio en el futuro y ayudarán a establecer una dirección estratégica para alcanzar las metas a largo plazo.

MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo permite identificar al conjunto de clientes al cual va a estar dirigido este proyecto, apunta a identificar quienes necesitan este producto y servicio a fondo, identificar las características similares que ellos presentan y hacer pie en ellas serán las claves para el éxito

Esto hará mejorar las acciones comerciales y mercadológicas, como distribución, divulgación, promoción de los productos, financiamiento y fidelización del cliente.

El mercado objetivo de este plan son personas amigables, amantes de los viajes de larga distancias, aventuras en carreteras, a los que tienen como hobbies comprar motocicletas, con perfil económico de medio y alto poder adquisitivo, que buscan atención personalizada y garantías en sus productos y servicios.

Se enfoca tanto a hombre como mujeres de entre 18 y 60 años de la ciudad de San Miguel de Tucumán y alrededores.

Para poder establecer el mercado objetivo antes mencionado, se realizaron una serie de investigaciones, tanto descriptivas como exploratorias.

Exploratorias ya que a través de ella se pudo detectar las principales necesidades a satisfacer del servicio de mantenimiento requerido por los clientes, de los accesorios e indumentarias de manera integral.

Se realizaron encuestas vía whatsapp, por gmail, se analizaron los comentarios de Google y a su vez se realizó un filtro de la información que proporciona la base de dato de Dirección Nacional del Registro del Automotor con respecto al incremento de la demanda del mundo motociclista, con esta base se pudo ver el posicionamiento de la provincia de

Tucumán en cuanto a patentamiento del motovehículo, lo que permitió determinar el mercado.

En cuanto a la descriptiva, nos permitió realizar la determinación del público de San Miguel de Tucumán y alrededores, los intereses, el comportamiento.

- Motoqueros, usuarios, fanáticos y aficionados a las motocicletas
- Seguidores de clubes de motos
- Consumidores potenciales y reales del sector de la moto
- Talleristas
- Deportistas.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Al realizar la segmentación lo que se hizo fue reducir el grupo de consumidores y se identificó características que comparten entre sí para potenciar los esfuerzos de venta y seguimientos de forma personalizada.

Moto Touring Store, es una nueva empresa que encara un mercado existente pero que será diferenciada dado el valor que le agrega a sus productos , servicios y la segmentación diferenciada por las siguientes características. ⁸

Que tipo de motocicleta usan, para que la usan, que tipo de servicio le realizan , si está conforme con lo que recibe, edad , comportamiento.

Esto permitirá conocer más de cerca al público consumidor ;generar expectativas realistas y como se establece en un principio las campañas de marketing tiene mayor éxito.

La investigación se llevó a cabo bajo diferentes métodos y perspectivas.

En principio una investigación tipo descriptiva que permitió el registro , el análisis e interpretación de factores tales como comportamiento y preferencias del consumidor al momento de comprar un producto o adquirir un servicio.

Además este plan se fundamenta bajo fuentes de tipo secundaria- exploratoria ya que la información recabada fue de diarios, datos estadísticos y de páginas web.

⁸ <https://blog.hubspot.es/marketing/segmentacion-mercado>

Se aplicó también el método de observación directa e indirecta, ambas de gran importancia para identificar la oferta y la demanda.

La observación directa/naturalista , se realizó a una de las casas comerciales de Yuhmak , la cual cuenta con una amplia participación en el mercado en lo que compete al rubro,, analizamos su desenvolvimiento en el comercio.

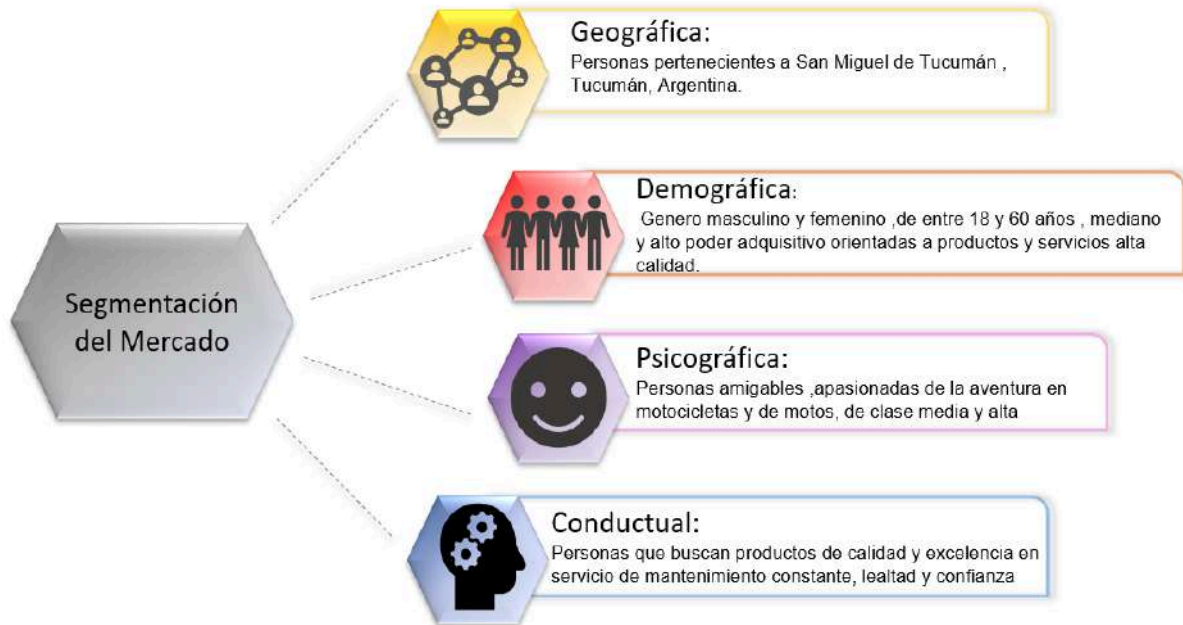
Se observó tiempo de espera dado el poco personal en el rubro para poder realizar la atención , la unidad no cuenta en la misma instalación para atención de clientes para el servicio de mantenimiento dada la estructura , que al vender motos okm ,solamente la ocupan para realizar activaciones de las unidades vendidas y derivan a los clientes a otra dirección.

Cuenta con pocos productos exhibidos en cuanto a cascos , indumentarias y accesorios y la atención es realizada por una sola persona.

Observación indirecta , se realizó a vidrieras de varios competidores para trabajar en la estética y captar visual del cliente.

Por otro lado, datos obtenidos de las fuentes primarias como encuestas fueron un elemento clave para poder segmentar el mercado de cliente, donde se pudo leer e interpretar de manera más fina el comportamiento , preferencia y conformidades , lo que desean y cómo se manejan con su motocicleta.

Basándonos en lo antes expuesto logramos identificar las segmentación desarrollada seguidamente.



SEGMENTACIÓN DE CLIENTE

A raíz de las encuestas realizadas se realizó una segmentación de la población de San Miguel de Tucumán y alrededores teniendo en cuenta los siguientes parámetros.

Realización de encuesta dirigida a 45 personas de entre 18 y 60 años , que manejan motos o bien que desean adquirir motos y como la equiparan y que prioriza al momento de recibir un servicio.

El cuestionario , contaba con opciones múltiples y preguntas cerradas.

Fines de la utilidad de la Moto:

- **Medio de transporte:** como imaginamos el 77% de los entrevistados utiliza su moto como medio de transporte sea laboral, para dejar a sus hijos en la escuela o realizar algún trámite , es un promedio bastante elevado en comparación del segmento al que nos enfocamos y mucho más amplio de analizar.

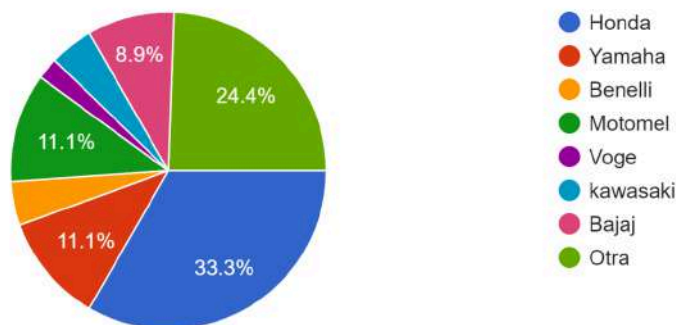
- **Viajes largo , fines turísticos, hobbies:** estas tres opciones fueron planteadas en las encuestas arrojando entre ellas un 23%, estos clientes son los que buscamos acaparar, es un segmento más reducido y nos permite realizar un análisis más minucioso del comportamiento, gustos, preferencia y la demanda y ser más detallistas al momento de planificar las acciones comerciales.

Marca de Moto de los entrevistados más del 50% posee motos de media y alta gama, es un tema a destacar para lograr abastecer el stock de suministros para los servicios de mantimientos y mantenernos a la vanguardia.

En el cuadro seguidamente ,podrán observar las marcas predominantes y a las cuales se apunta que son Benelli, Kawasaki, Honda, Yamaha, Vogue , Bajaj.

Indicanos la marca de tu moto

45 respuestas



En cuanto al servicio que se brindará desde Moto Touring Store , se buscará como en un principio se estableció que es lo que destacaría a esta empresa, la atención personalizada , productos de calidad , mano de obra calificada y garantía en el servicio .

En las encuestas realizadas de servicio de instalación , mantenimiento y atención al cliente se lograron obtener puntos relevantes para planificar , controlar y direccionar estrategias de gestión ; procesos y que éstas traigan consigo beneficios para toda la organización.

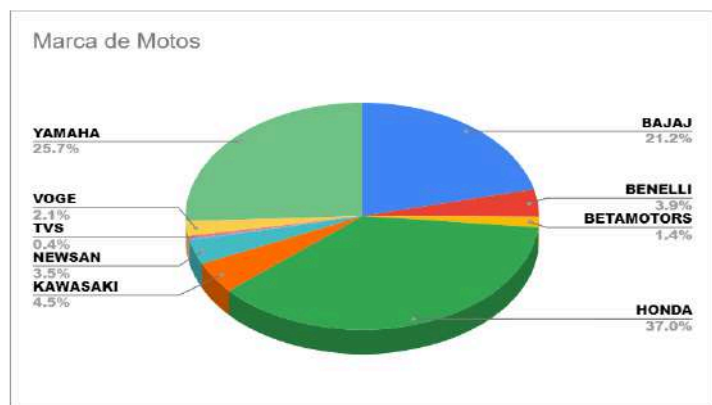
Además de los datos obtenidos en las encuestas logramos obtener de una concesionaria la cifras de unidades vendidas en lo que va de Octubre, noviembre y diciembre del año 2023 en modelos de media y alta gama

Calificación del servicio : Se trabajará fuertemente para pertenecer a ese 38% que califica como excelente el servicio recibido y apuntar a mejorar las falencias de la competencia para obtener ventajas ya que la calificación entre buena, regular y mala superan el 60% de los 45 entrevistados.

Sin dejar de lado las preferencias de los clientes .

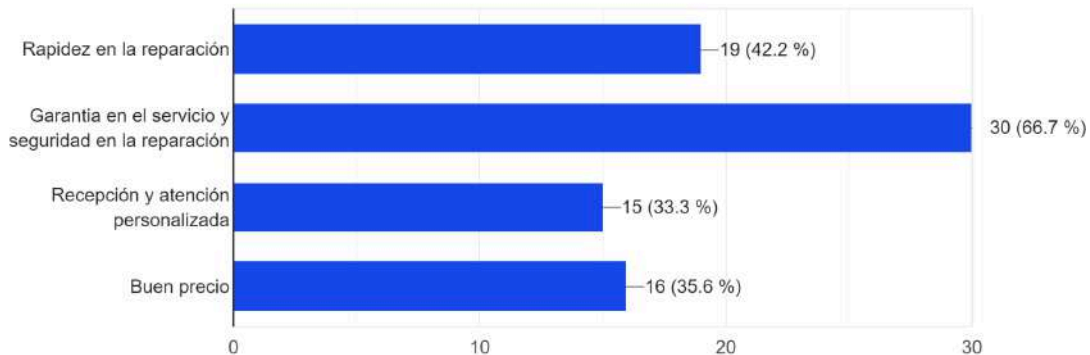
Claramente la posición de un producto y/o servicio es el lugar que ocupa en la mente del consumidor. Los clientes escogen aquellos productos y/o que le proporcionan , seguridad, confort, satisfacción , garantía , calidad y mejores resultados , es ese el objetivo de Moto Touring Store para obtener ventaja competitiva.

NOMB MARCA	COUNTA de NOMB MODELO
BAJAJ	103
BENELLI	19
BETAMOTORS	7
HONDA	180
KAWASAKI	22
NEWSAN	17
SUZUKI	1
TVS	2
VOGE	10
YAMAHA	125
Suma total	486



¿Qué aspectos destacarías más para valorar el taller que deseas? (Selecciona todas las que correspondan)

45 respuestas



Conclusión :

En conclusión, los datos recopilados de la encuesta han permitido identificar claramente nuestro mercado objetivo y comprender mejor el perfil del consumidor. Con un promedio de 30 a 40 adquirentes de indumentaria, hemos confirmado el interés en los artículos y servicios que ofrecerá Moto Touring Store. Este análisis de mercado nos ha proporcionado una visión detallada de las preferencias y gustos de nuestros potenciales clientes, así como la oportunidad de comparar precios y evaluar la demanda de productos.

Nuestros gráficos revelan que los artículos más destacados incluyen guantes, cascos, soportes para GPS y celular, así como baúles, elementos fundamentales para los viajeros. Nos centraremos en estos productos para ofrecer originalidad, calidad y garantía, asegurándonos de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

En cuanto a la satisfacción del servicio brindado por la competencia, las respuestas obtenidas indican que el 62% de los encuestados no está recibiendo la atención esperada. Moto Touring Store se compromete a trabajar arduamente para pertenecer al 38% que califica el servicio como excelente, identificando y mejorando las deficiencias de la competencia para obtener una ventaja competitiva significativa.

Además, al observar la competencia, hemos notado que los tiempos de espera son considerables, lo que puede resultar en una experiencia negativa para el cliente. En Moto Touring Store, priorizaremos la atención al cliente y la personalización del servicio, asegurándonos de que cada cliente se sienta valorado y esperado. Para expresar nuestro agradecimiento, ofreceremos pequeños obsequios como llaveros como gesto de aprecio por elegir nuestros productos y servicios.

En resumen, basándonos en los datos recopilados, Moto Touring Store está bien posicionado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes de manera efectiva, ofreciendo un servicio de alta calidad y una experiencia de compra memorable que fomente la lealtad del cliente y el crecimiento sostenible del negocio.

Anexo N°2 : encuestas realizada

DEMANDA POTENCIAL:

Las encuestas realizadas en San Miguel de Tucumán, y zonas alrededor de la capital Tucumana como Monteros, Lules, La Banda del Río Salí y Concepción nos arrojan datos con respecto a la viabilidad de este plan de negocio y poder llevarlo a cabo.

Son elementos y servicios necesarios que resguardan la seguridad del motociclista y del acompañante.

Lo cual le permite a futuro expandirse en zonas aledañas u otras provincias ya que la demanda de los productos o servicios no están atados a una zona.

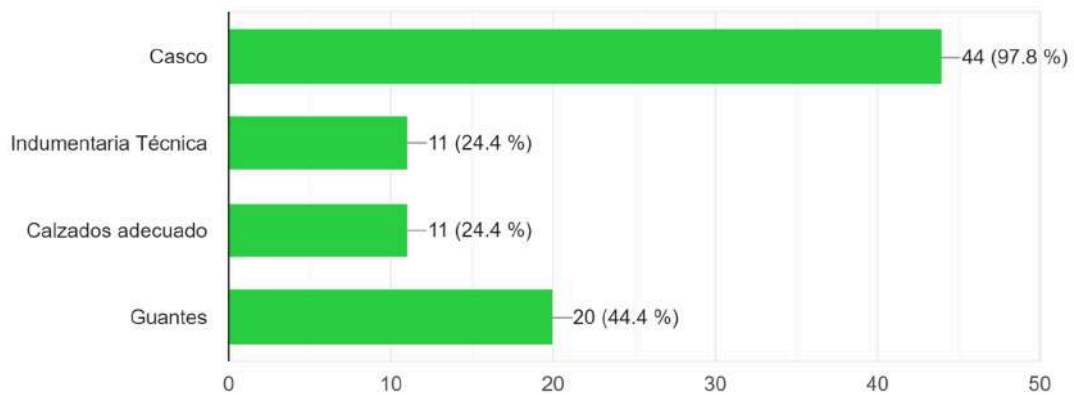
En relación a la temporalidad, son productos que tienen picos de demanda tanto en invierno como en verano y es un consumo tanto a nivel producto como servicio.

En cuanto al destino, es para el consumidor final.

Motociclistas y acompañantes , personas que se dedican a realizar viajes de larga distancias , viajes turísticos o como hobbies

¿Utilizas elementos de seguridad al conducir una moto? (Selecciona todas las que correspondan)

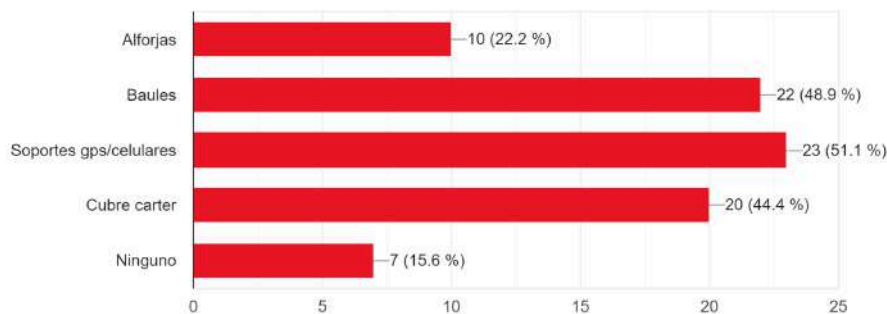
45 respuestas



Aquí se pueden ver las preferencias de los clientes al momento de equiparse y equipar sus motos

¿Cómo equiparías tu moto? (Selecciona todas las que correspondan)

45 respuestas



Además de estos datos logramos recopilar información de la competencia donde se muestran los productos y artículos elegidos por los clientes el último trimestre del año.



Etiquetas de fila	Cuenta de Rubro
ACCESORIOS	70
BAULES	40
PARABRISAS	1
PARRILLA-PORTA EQUIPAJE	15
SIN CLASIFICAR TODAVIA (ACCESORIOS)	14
INDUMENTARIA	1600
BOTAS	36
CAMPERAS	393
CASCO INDUM.	740
CASCOS	53
GUANTES	170
MOCHILAS	3
PANTALON	129
REMERAS	27
SIN CLASIFICAR TODAVIA (INDUMENTARIA)	6
TRAJES DE LLUVIA	43
Total general	1670

La demanda ,apareja las preferencias , gusto de los clientes es una estimación a la hora de conocer el número de compradores, para ello se estará atento a los cambios de comportamientos del consumidor para lograr anticiparnos a ellos y colocar en el mercado las innovaciones lanzadas, acaparar clientes y ganarle a la competencia.

La empresa busca posicionarse como una de las primeras en brindar servicio y productos de calidad en la capital Tucumana como así también lograr el reconocimiento de los clientes.

Moto Touring Store además de abocarse a los beneficios a nivel empresa, también es una empresa que busca la concientización de sus clientes y de las personas en general..

En unas de las preguntas de análisis se realizó la indagación con respecto al uso del casco, en esta encuesta obtuvimos un 10% de respuestas de personas que no lo utilizan.

Además de la investigación de manera directa a través de la observación en ruta , en la vía pública ese número se vuelve más elevado.

Personas conduciendo sin casco, acompañantes sin cascos , personas que conducen con el casco en el codo y hasta 4 personas en una moto.

No es algo que se lograra erradicar de raíz dada las malas costumbres de la sociedad; pero sí con la concientización logramos reducir ciertos peligros, para Moto Touring Store ya será un logro de satisfacción.

Para concluir podemos determinar que para el cálculo de la demanda se tuvo en cuenta la población de Tucumán, amplio lugar ocupado por 1.593.000 aproximadamente de habitantes. y que a nivel nacional se ubica entre las 5 primeras provincias con mayor nivel de patentamiento del motovehículo .

La elección de la estrategia será clave para determinar los resultados a generar ,definir cómo se va a competir e insertarse en el mercado.

En pocas palabras las estrategias describen el camino que deberá seguir la organización para cumplir con las expectativas de logros.

Se toma de referencia para calcular la demanda potencial , la cantidad de unidades patentadas en 2023, que fueron en total 22.905, según los datos estadísticos de la Secretaría de Gestión Estado Pública y Planeamiento , del cual se pretende alcanzar el 5%, lo que nos arroja un número de 1145 clientes, al año y un promedio mensual de 100 consumidores .⁹

(Fuente: INDEC. Dirección Nacional de Estadísticas Económicas. Dirección de Estadísticas de Comercio y Servicios. Elaborado en base a datos de la Dirección Nacional de los Registros Nacionales de la Propiedad del Automotor y de Créditos Prendarios (DNRNPAyCP).

Cálculo de la demanda:

Para el cálculo de la demanda potencial de Moto Touring Store , se tomó como referencia la cantidad de unidades patentadas en 2023 , que fue de 22.905 unidades. Estas unidades representan el mercado total de motocicletas nuevas en ese año. Se pretende captar el 5% de ese mercado, lo que se traduce en un número estimado de clientes.

Se parte para el cálculo de la demanda:

⁹ <https://estadistica.tucuman.gov.ar/index.php/economia/patentamientos-de-tucuman>



Período	Total de patentamientos de motovehículos	Tucumán
Julio	36.599	1.562
Agosto	35.384	1.538
Septiembre	34.476	1.598
Octubre	33.026	1.409
Noviembre	35.362	1.671
Diciembre	29.579	1.422
2023*	42.824	1.839
Enero	36.643	1.597
Febrero	49.664	2.184
Marzo	40.889	2.157
Abril	41.051	2.098
Mayo	34.563	1.911
Junio	38.304	1.896
Julio	43.494	1.994
Agosto	35.497	1.645
Septiembre	43.770	2.065
Octubre	41.107	1.869
Noviembre	33.583	1.650
Diciembre		

Mercado total: cantidad total de motocicletas patentadas en 2023, se toma como referencia la cifra de 22.905 motocicletas nuevas que fueron patentadas en el año mencionado . Esta cifra representa el mercado total disponible de nuevas motocicletas y se las considera como mercado potencial.

Cálculo del 5% del mercado: se proyecta captar el 5% de ese mercado. Esto significa que se espera atraer al 5% de los propietarios de motocicletas que podrían convertirse en clientes de la tienda

Cientes Potenciales Anuales : $22.905 \times 0.05 = 1.145$

Moto Touring Store pretende atraer 1.145 clientes.

Para comprender la demanda a lo largo del año , es útil desglosar este número en un promedio mensual de consumidores:

Cientes Potenciales Mensuales: $1145 / 12 = 95$ clientes por mes.

Por lo tanto se espera aproximadamente que 95 consumidores visiten cada mes la unidad de negocio.

Precio promedio de artículos y servicios: el precio promedio de los artículos y servicios ofrecidos es de \$90.000. Esto incluye productos como indumentaria ,cascos , accesorios , calzados y servicios adicionales.

Número per cápita de Productos y Servicios: se estima que en promedio comprarán 2 artículos o servicios (indumentaria, cascos, calzados, accesorios ,servicios , etc).Este número refleja el promedio de artículos adquiridos por clientes, ya sea un casco y un servicio, o indumentaria y un accesorio.

Cálculo de la demanda potencial en valor monetario: para estimar el valor monetario , multiplicamos el número de clientes por el precio promedio por artículos o servicios adquiridos por cliente.

Q (cálculo potencial anual) = **1145 n** (n° de compradores) x **\$90.000 p** (precio promedio) x **2 q** (per cápita)

$$Q = 1145 \times \$90.000 \times 2 = \$206.100.000 \text{ millones}$$

Moto Touring Store con esta demanda potencial, tiene la oportunidad de captar una parte significativa del mercado , con la que se puede generar ingresos considerables.Sin embargo , para alcanzar este objetivo , será importante implementar estrategias de marketing ,servicios al cliente y diferenciación.

- **Liderazgo en costos:** Se trata de producir la misma calidad que la competencia, a un costo menor.
- **Diferenciación:** Se trata de añadir al producto un valor que sea apreciado por el público objetivo.
- **Enfoque:** Se trata de dedicarse a cubrir un nicho de mercado, a través del liderazgo en costos o la diferenciación.¹⁰

Son puntos importantes en los cuales con la experiencia que cuentan sus integrantes en cuanto a negociación con proveedores permitirá tener un conjunto de estrategias

¹⁰ <https://ead01.ufasta.edu.ar/course/view.php?id=12193§ion=5#tabs-tree-start>

competitivas en cuanto a costos y diferenciación hará que el enfoque hacia los clientes y sus preferencias sea líder.

DESARROLLO DEL NUEVO NEGOCIO.

Moto Touring Store surge para abordar las deficiencias encontradas en los servicios ofrecidos por la competencia y para satisfacer las necesidades insatisfechas de los clientes; diagnósticos , reparaciones y mantenimiento de motocicletas, como así también, la venta de accesorios e indumentaria .

Los bienes y servicios ofrecidos por Moto Touring Store están diseñados para abordar varios problemas y satisfacer diversas necesidades de los clientes en el mundo del motociclismo. Algunos de estos problemas y necesidades incluyen:

1. **Seguridad y protección:** Los motociclistas enfrentan riesgos inherentes mientras conducen, como accidentes y lesiones. Los cascos certificados y la indumentaria técnica ofrecidos por Moto Touring Store brindan protección contra impactos y abrasiones, ayudando a reducir el riesgo de lesiones graves en caso de accidente.
2. **Mantenimiento y reparación:** Las motocicletas requieren mantenimiento regular para garantizar su buen funcionamiento y prolongar su vida útil. Los servicios de mantenimiento y reparación ofrecidos por Moto Touring Store ayudan a los clientes a mantener sus motos en óptimas condiciones, evitando problemas mecánicos y reduciendo el riesgo de averías en la carretera.
3. **Variedad y elección:** Los motociclistas tienen diferentes preferencias y necesidades en cuanto a equipos , accesorios y repuesto. Moto Touring Store ofrece una amplia variedad de productos de diferentes marcas y estilos, brindando a los clientes la oportunidad de elegir los productos que mejor se adapten a sus gustos y necesidades específicas.
4. **Conocimiento y asesoramiento:** Muchos motociclistas pueden no estar familiarizados con las últimas tecnologías y tendencias en el mundo del motociclismo. El equipo de Moto Touring Store estará capacitado para proporcionar asesoramiento experto y recomendaciones personalizadas, ayudando a los clientes a tomar decisiones informadas sobre sus compras y mejorar su experiencia en general.

En resumen Moto Touring la propuesta de este plan es integrar todos los valores agregados, haciendo posible que el usuario , consumidor pueda encontrar todo en un mismo lugar

PROPUESTA DE VALOR

Como **propuesta de valor** ofrece una experiencia integral y especializada para los motociclistas, diferenciándose de la competencia mediante los siguientes elementos clave, que forman parte del producto y servicio ofrecido, y del proyecto en sí:

- Ubicación estratégica.
- Estructura con diseño atractivo.
- Amplia gama de productos y servicios, cascos, indumentaria, accesorios , mantenimiento y reparación , esta amplia variedad le permite al cliente encontrar todo en un mismo lugar.
- Atención personalizada , el personal tendrá un compromiso excepcional con cada cliente, ya que su prioridad es brindar un servicio de atención excepcional y personalizada garantizando una experiencia de compra satisfactoria.
- Mano de obra especializada y trabajos con garantía.
- Servicio de posventa.
- Calidad y seguridad , productos homologos y servicio que cumplen altos estándares de conformidad , seguridad y calidad.
- Opción de logística en cuanto a retiros y entregas de trabajos.
- Innovación y actualización constante, lo que le permitirá mantenerse al día con las últimas tendencias ,lo que se verá reflejado en la oferta de los productos y servicios , estando a la vanguardia.
- Comunidad y eventos, beneficiaría la interacción entre los aficionados y potenciales clientes.
- Ofertas y promociones.

PRODUCTOS

Moto Touring ofrecerá al mercado una variedad de accesorios , indumentaria y servicios.

Es un proyecto que se dedicará a la venta de artículos , indumentaria y a la prestación de servicios competentes al mundo motociclista, ya sea para uso o consumo o bien para satisfacer una necesidad o deseo como así también a la participación de eventos .

Moto touring es un proyecto integral , y como tal, realiza dichas funciones para conseguir la satisfacciones de los clientes a través de una amplia variedad de accesorios , servicio , indumentaria y consultas diversas a sus inquietudes con feedback dinámico informativo .

Los distintos servicios ofrecidos , buscan complacer a los clientes , logrando el mantenimiento correcto, la asesoría personalizada en cuanto al diagnóstico antes y pos de terminado el servicio , tanto de la parte del motor, la parte eléctrica, como así también de los accesorios que compone la motocicleta

En cuanto a indumentaria , casco, dar conformidad al cliente en tendencia, estilo, comodidad , seguridad, ya que son productos 100% homologados, lo que ayuda a reducir las lesiones propias de accidentes.

Los eventos como promoción y la participación en esto , buscan integrar a la comunidad motociclista , ya que se caracterizan por tener una hermandad , esto llevará a Moto Touring a fortalecer vínculos con el cliente y conocer más a fondo sus preferencias , inquietudes y así poder lograr una satisfacción plena de quienes muestran disconformidad y se sientan escuchado antes sus necesidades

La diferenciación no solo se dará en los productos sino que en la calidad , el compromiso y el profesionalismo que busca generar la fidelización y la mejor experiencia de los clientes, es aquí donde se centra la innovación.

Detalle de Servicio:

Este puede variar dependiendo del trabajo a realizar



- Combo Service Express: cambio de aceite y filtro + diagnostico
- Combo Service Full: cambio de aceite , filtro , control y mantenimiento, fluidos, frenos , luces , electricos, luz alta, baja , electrónicos incluye tableros, caja de cambio
- Combo de distribución: servicio de distribución completa.
- Combo Destello: revisión de bujía , tableros electrónicos, control de inyección.
- Combo refrigeración:servicio de mantenimiento y limpieza de circuitos y temperatura.
- Combo Moto Touring Accesorios: colocación de accesorios en general , porta equipaje, soportes, espejos, baúles,cámara , handi.

Categoría de Indumentaria

Será variada , ya que hay una amplia variedad en esta categoría ante la comodidad, la preferencia del cliente , la estacionalidad, si es media estación, cuatro estaciones, otoño , invierno , primavera , verano , deportiva, el tipo de material ,género y marca , como meta el cliente no podrá irse con las manos vacías, ya que este proyecto se enfoca a lo integral , y permitirle al cliente ahorra en tiempo.

- Campera:
- Guantes:
- Pantalones

Accesorios:

- Defensas
- Cargadores
- Porta gps, celulares.
- Luces adicionales
- Parrilla / Porta equipaje
- Baúles
- Alforjas

Cascos:

- integrales
- Modulares
- Abiertos
- Cross / Enduro.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD:

Como se observó en la matriz peyca, es que se sale al mercado de una manera altamente competitiva, la inserción a él se realizará a través de una de las tantas herramientas que se utilizarán, en este caso, se diseñaron placas publicitarias, informando los servicios y productos brindados, Moto Touring tendrá participación participación en uno de los eventos organizados por la cámara de comercio como lo es por ejemplo el, HOT SALE, con el fin de ganar visibilidad y acaparar el mercado.

Anexo N°3 Publicidad y promoción



DISEÑO



El diseño está presentado de manera sencilla y fácil de identificar lo que permitirá al público objetivo identificar a qué se dedica esta empresa.

MARCA E IMAGOTIPO


Edificio San Vicente de Paul
Gascón 3145 (B7600FNK)
Mar del Plata


(54-223) 499-0400 Int. 189


economicas@ufasta.edu.ar


www.ufasta.edu.ar

El nombre o la marca elegida es Moto Touring Store, ya que es un comercio que está abocado a motocicletas , motociclistas que recorren diferentes carreteras , a los amantes de los viajes en dos ruedas.

El diseño del imagotipo fue realizado por un diseñador gráfico, quien tuvo conocimiento de lo que se quería lograr transmitir con él.

Esta imagen, representada por un casco indica la seguridad, el círculo la vuelta que se logra alcanzar con el cliente, estando así **presente en cada aventura** con su retorno, frase que representa el eslogan del plan.

La tipografía, es sencilla y atrayente para todo público, se trata de brindar seguridad, compromiso, pasión por lo que se hace.

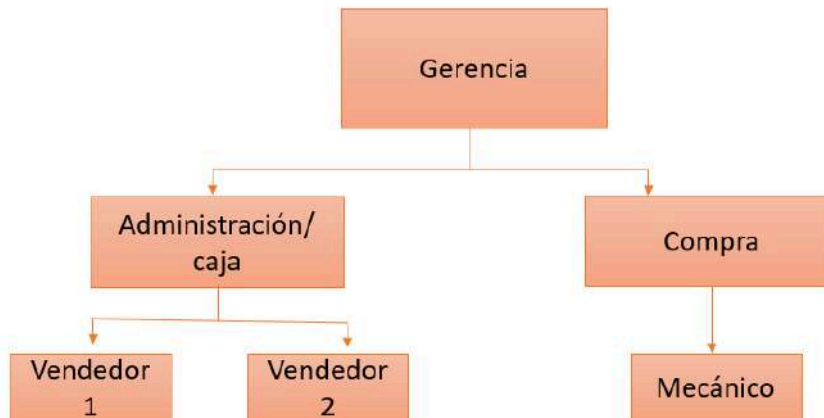
PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

Recursos Humanos (RRHH)

Organigrama.

Como organización contará con un organigrama, el cual estará conformado por un Gerente, por un Encargado de compra, un administrativo/cajero, dos vendedores, dos mecánicos.

Es importante que quienes encabecen este proyecto cuenten con las capacitaciones previas a la apertura del local para poder brindar un servicio integral como el que caracterizará a Moto Touring Store.



Descripción de los puestos:

Gerente Gral: es el principal responsable de organizar, planificar y ejecutar las acciones comerciales con el fin de perseguir los objetivos de la empresa y como así también de administrar financieramente la entidad. Dentro de sus funciones también se encontrarán:

- Brindar apoyo a cada uno de los miembros.
- Analizar las distintas fuentes de financiamiento , tipo de inversión.
- Liderar y administrar el grupo de trabajo.
- Visionario.



Administrativo -Cajero		Asesor Comercial 1 y 2	
Descripción del Puesto de Trabajo		Descripción del Puesto de Trabajo	
Puesto:	Administrativo -Cajero	Puesto:	Asesor Comercial
Jerarquía :	Jefe de personal	Jerarquía :	Vendedor
Área:	Administración - Caja	Área:	Ventas
Descripción Gral :	Tareas administrativas Grales, tareas de Caja en Gral, Eficiencia y eficacia al momento de cumplir sus función, proactivo y colaborativo	Descripción Gral :	Planificación de estrategias de ventas ,asesoramiento a clientes, capacidad de escucha activa, monitoreo de cartera de cliente, fidelización de clientes.proporcionar apoyo y asistencia de posventa, conocimiento del producto y servicio
Descripción detallada:	Cobranza de operaciones , Facturación de Cliente, Confección de legajos y archivos de cliente, control de insumos para local, registro de novedades del personal ,informe de flujo de fondos a gerente , pago a personal ,pago a proveedores ,	Descripción detallada:	Proactivo ,atención , asesoramiento continuo y manejo de cliente, desarrollar ,planificar y ejecutar estrategias comerciales, conocimiento del producto y servicio , poder de negociación, colaborar con el equipo de trabajo en general.
Requisitos:	Sexo indistinto- Edad: 20 a 35 años- Disponibilidad : Full Time- Conocimientos en documentos comerciales y herramientas informaticas- Cursos administrativos- Proactivo-Responsable-Trabajo en equipo-	Requisitos:	Sexo indistinto- Edad: 20 a 35 años- Disponibilidad : Full Time- Conocimiento del Rubro y herramientas informaticas- - Proactivo-Responsable-Trabajo en equipo- Se valora experiencia
Jefe de Compra -Taller		Mecánico 1 y 2	
Descripción del Puesto de Trabajo		Descripción del Puesto de Trabajo	
Puesto:	Jefe de Compra -Taller	Puesto:	Mecánico
Jerarquía :	Jefe de personal Mecánico	Jerarquía :	Mecánico
Área:	Compra-Taller	Área:	Taller Mecánico
Descripción Gral :	Compra de Mercadería, Negociación con proveedores, control de mercadería, recepción de compra, control de inventario y stock, amplio conocimiento en el rubro	Descripción Gral :	Asesoramiento, servicio de posventa, entrega de trabajos en tiempo y forma , mantenimiento , reparación y colocación de accesorios, armado de legajos de recepción y entrega de trabajos , control de insumos, relevamientos de material de trabajo, mantenimiento del puesto de trabajo.
Descripción detallada:	Negociación con proveedores por plazos de pago, control de taller mecánico , control de depósito , mantenimiento y orden, inventarios y control de stock rutinarios , manejo de personal mecanico , informes de relevamientos de inventarios,	Descripción detallada:	Informar Sobre los insumos de trabajo, stock, faltantes para reposición, ejecutar los trabajos incluidos en la orden de trabajo. Control de mantenimiento , brindar diagnósticos, antes y durante la mano de obra al cliente, mantener en condiciones el lugar de trabajo , optimizar los tiempos de entrega de las reparaciones , colocación y mantenimiento .
Requisitos	conocimiento en el rubro, poder de negociación , experiencia mínima 3 años	Requisitos	Experiencia mínima de dos años en el rubro- Amplio conocimiento técnico y operativo sobre mantenimiento y reparaciones de motos . conocimiento electrico y electronico..

Es importante determinar las tareas y funciones de cada uno de los recursos, ya que , de esta forma se trabajará de manera eficiente, proactiva y organizada, lo que permitirá a corto plazo medir el rendimiento de cada uno.

Capacitación: al realizar una selección de perfiles que se adecuen a cada puesto de trabajo es importantísimo fortalecer los conocimientos de cada uno de los recursos, es por eso que se llevará a caba un plan de capacitación inductiva para orientar y facilitar la integración de los colaboradores, como así también programas de capacitación para actualización de conocimientos, especialización y perfeccionamiento.

Inducción: es relevante al momento de capacitar al personal , ya que en ella se verán los valores sobre los que trabaja la organización , la misión y la visión , de esta manera se trata de inducir el comportamiento de los recursos en base a las necesidades y objetivos de la entidad..

Retención de Recursos

La remuneración es la recompensa que el individuo recibe a cambio de realizar las tareas de la organización. Cada empleado negocia su trabajo para obtener un pago económico

El salario que pagará el empleador en función del puesto que ocupa cada trabajador , se regirá bajo el convenio colectivo de trabajo de empleados de comercio.

A su vez la empresa aplicará políticas de retención para así evitar la rotación del personal y generar un ambiente hostil donde todos se sientan parte, fomentar el compañerismo y trabajo en equipo.

Entre las acciones que se pretenden accionar para retener los recursos además de un buen salario:

- Brindar oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional, capacitaciones.
- Fomentar inclusión.
- Fomentar un cultura horizontal, para que el personal interactúe libremente con todos los niveles de la empresa
- Fortalecer vínculos.
- Participe en las toma de decisiones, escucha activa.
- Brindar las fuentes y las herramientas de trabajo necesarias.
- Convenios Educativos para quienes deseen desarrollar sus habilidades y estudios a nivel superior.



Categoría	Sueldo Básico
(Gerente)	\$950.000
Administrativo A (Adm-Cajero)	\$613.560
Administrativo B (Jefe de Compra)	\$616.200
Auxiliar A 1 (Mecánico)	\$615.758
Vendedor A (ventas)	\$615.758

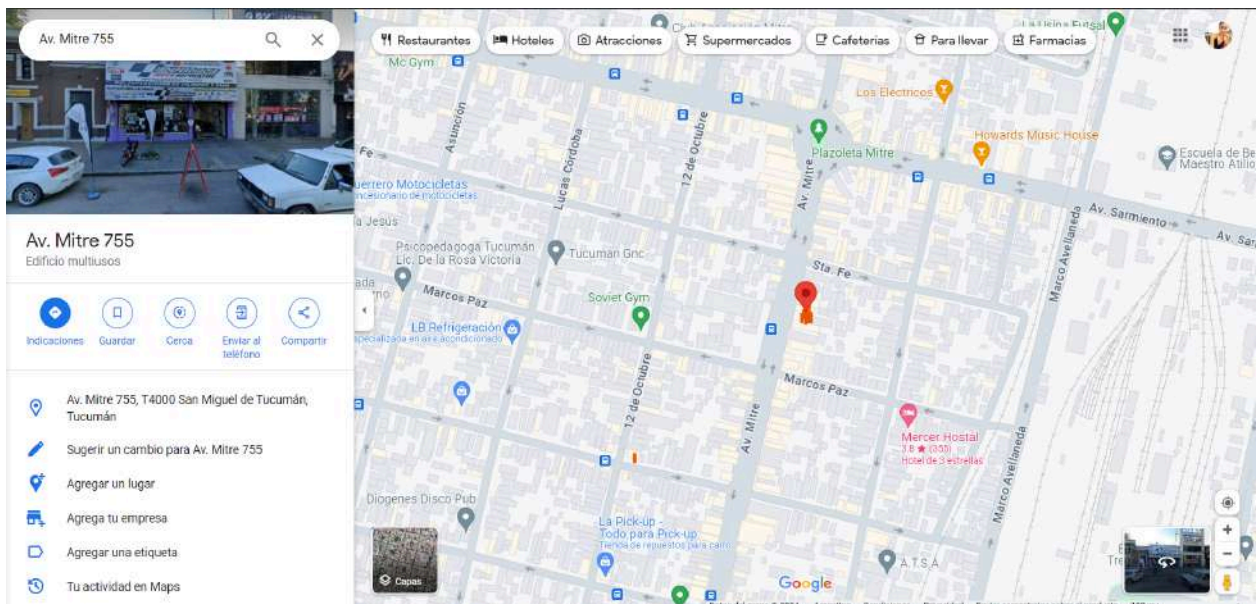
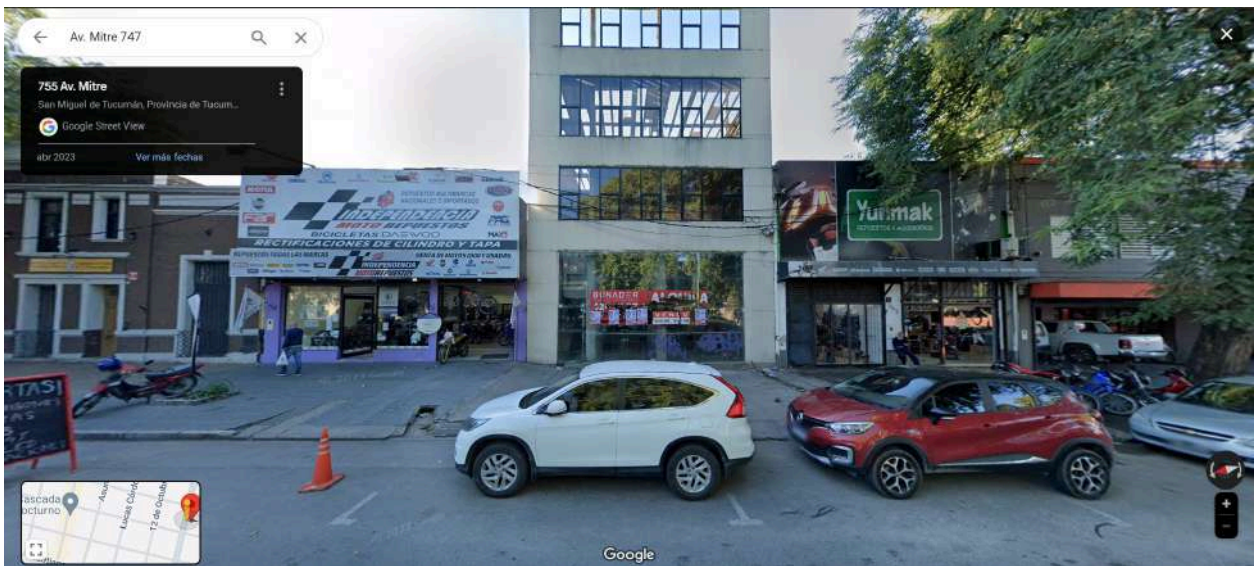
ANEXO N°4: Escala salarial

RECURSOS MATERIALES:

Los recursos materiales que precisa para llevar adelante este proyecto en lo que respecta al taller, herramientas diversas y control constante, ya que son la fuente del ingreso de uno de los sectores que integra Moto Touring ,los mobiliarios , utilería y equipos de computación, generalizando , son, gastos generales de producción, gastos generales de administración, herramientas , muebles y útiles.

LOCALIZACIÓN Y LAYOUT:

La localización es Avenida Mitre N°755, entre calles Santa Fe y Marcos Paz, en la ciudad de San Miguel de Tucumán, capital de la Provincia Tucumán. En cuanto al layout concierne a él modelo de ordenamiento que tendrán los sectores, los cuales fueron desarrollados de manera estratégicas para los clientes y llevar a cabo un correcto funcionamiento de la organización.



DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS:

1. Recepción y Zona de Espera:

- Área de atención al cliente y recepción de motocicletas.
- Zona de espera cómoda con asientos y material de lectura relacionado con motocicletas.



2. Área de Mantenimiento y Taller:

- Espacio amplio con elevadores para motocicletas.
- Estaciones de trabajo equipadas con herramientas y equipos necesarios para mantenimiento y reparaciones.
- Almacén de herramientas y repuestos.

3. Zona de Colocación de Accesorios:

- Estaciones de trabajo especializadas para la instalación de accesorios.
- Espacio para la exhibición de accesorios disponibles.

4. Tienda de Indumentaria Técnica:

- Área de exposición y venta de indumentaria para motociclistas (guantes, pantalones, camperas, cascos, etc.).
- Probadores para que los clientes puedan probarse la indumentaria.

5. Oficinas Administrativas:

- Despacho de gerencia.
- Oficinas para el personal administrativo y de ventas.
- Sala de reuniones.

6. Almacén y Logística:

- Almacén para el almacenamiento de repuestos, accesorios e indumentaria.
- Área de recepción y despacho de mercancías.





PROVEEDORES: al ser una empresa que comercializa y presta servicios variados , se requiere de varios proveedores lo que le permitirá contar con un stock amplio y variado:

PROVEEDORES	PRODUCTOS														
	INDUMENTARIA						CASCOS				LUBRICANTES	ACCESORIOS			
	Camperas	Guantes	Pantalones	Térmicos	Traje de lluvia	Calzados	Integrales	Modular	Abierto	Cross/Enduro	Aceites Varios	Baul/Alforja	Soportes	Porta equipaje	varios
Walter Orsini (Marca 79 Motos)						X									
Race In- (Marca Alpinestars-Fourstroke):	X	X	X	X		X	X			X					
Armath: (Marca Joe Rocket):	X	X	X	X											
Epsa (Marca Stav- Pantaneiro):	X	X	X		X	X									
Honda (Marca Honda)	X		X												
BY CAP CAP e HIJOS (Marca Givi)											X	X	X	X	X
Intercap (Marca Mutual-Ama):										X					
CORVEN (Marca Ipone):										X					
SOLDINI (Marca IRA)												X	X	X	X
Motomei (Marca Shad)											X	X			
MercotMax (Marca HAWK)- (NITRO)		X					X	X	X	X					
Neorep (Marca OSAKA)												X			X
New Textil (Marca GP23-Punto Extremo)	X	X	X			X	X	X	X						
Servicom Global: (Marca LS2-MAC- NTO)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
Urquiza Motos (Marca Samurai)	X	X	X	X	X							X			X

Nota: las condiciones de pago pueden variar; al ser un nuevo comercio, exigen las primeras compras por transferencias bancarias, cheques corrientes, pero con algunos se puede negociar el pago , 0,15,30,45 días , obteniendo la confianza se pueden extender de 30 a 60 días , esto también incluye el volumen de compra

Nota: las condiciones de pago pueden variar, al ser un nuevo comercio, exigen las primeras compras por transferencias bancarias, cheques corrientes, pero con algunos se puede negociar el pago , 0,15,30,45 días , obteniendo la confianza se pueden extender de 30 a 60 días , esto también incluye el volumen de compra

Producto -Servicio -Precio: Los precios de los productos y servicios ofrecidos, como indumentaria, cascos y accesorios, se establecerán con un margen de ganancia del 50% sobre el costo, alineándose con los precios de la competencia y respetando los precios sugeridos por los proveedores para mantener la competitividad. La fijación de precios se basó en análisis exhaustivos tanto internos como externos. Los eventos organizados o a los que se asista serán utilizados como herramientas de promoción y publicidad para destacar el servicio integral que ofrece Moto Touring Store.

Determinación del Precio de los Servicios: el precio del servicio se determina sumando el costo de los insumos necesarios para realizar el servicio, el costo de la hora de trabajo del mecánico encargado, y aplicando un margen de ganancia del 50%. Esta metodología asegura que los precios sean competitivos, considerando también los precios ofrecidos por

la competencia.

Determinación del Precio de los Artículos: el precio de cada artículo se calcula siguiendo la fórmula.

Precio del Producto= Precio de costo unitario x (1+margen).

La descripción de la indumentaria , casco , accesorios , insumos se encuentran detallados en el anexo , junto al presupuesto, como así también el markup determinado por proveedor .

Eventos: no poseen precios , ya que estos serán utilizados como publicidad y promoción para la empresa. Presupuesto seguidamente de lo que saldría un evento para dicha finalidad

ANEXO N°5 : -DETALLE DE MERCADERÍA DE CADA CATEGORÍA- PRECIO DE SERVICIO- COSTO DE EVENTO

PLAN DE VENTA :Planificar , es un proceso importante dentro de este apartado , permitirá a la empresa insertarse en el mercado, marcar diferencia mediante diferentes acciones comerciales , en el se verán reflejados los objetivos de ventas de manera cuantitativa, dentro de esta también estarán las gestiones con clientes , gestiones de ventas , promociones y ofertas y poder de negociación para poder cumplir con los objetivos mensuales de manera tal que se pueden cubrir costos y obtener ganancias.

PRESUPUESTO DE INGRESO:

Como lo indica el análisis de demanda potencial , se establece una demanda de 1145 clientes al año, para lo cual se determina a continuación una estimación de ventas de 12 meses.

Determinación total de ingreso

Las estimaciones de ventas arrojan una cantidad de productos de 11152 y un ingreso monetario anual de \$945,134,739.72 sin IVA.

Se toma como objetivo un incremento anual para el :

Segundo año 20%: se pretende este incremento con la introducción de nuevos productos que complementen la línea existente y expansión de servicios generando aún más valorado e incrementando la inversión publicitaria, sumado a la captación de nuevos segmentos.

Tercer año 30% : desarrollo de nuevos productos , reels en colaboración con influencers para visibilizar la organización de manera integral.

Cuarto año de 30% : aumentar la participación en eventos y ferias motociclistas , ampliar y mantener ofertas y promociones atractivas.

Quinto año: al 30%: este incremento se pretende alcanzar , y el mismo será con estrategias viables y alcanzables, contratación de nuevos equipos de ventas, fomentado el incentivo y pagando las comisiones para motivar al equipo y establecer una cartera mayorista.

PRESUPUESTO DE INGRESO	DEMANDA MENSUAL	TOTAL MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	TOTAL ANUAL
Calzados	43	\$3,539,710.50	516	\$42,476,526.00
Cascos	45	\$4,575,414.11	540	\$54,904,969.26
Indumentaria	137	\$14,481,585.78	1644	\$173,779,029.36
Accesorios	438	\$41,972,682.27	5256	\$503,672,187.24
Filtros	31	\$501,665.66	124	\$6,019,987.86
Lubricantes	120	\$1,585,386.00	1440	\$19,024,632.00
Servicios	180	\$12,104,784.00	2160	\$145,257,408.00
TOTAL	994	\$78,761,228.31	11680	\$945,134,739.72

ANEXO N°5 -DETALLE DE MERCADERÍA DE CADA CATEGORÍA

AÑO	TOTAL VTA S/ IVA	IVA	TOTAL VTA C/ IVA
1er año	\$945,134,739.72	\$198,478,295.34	\$1,143,613,035.06
2do año	\$1,134,161,687.66	\$238,173,954.41	\$1,372,335,642.07
3er año	\$1,474,410,193.96	\$309,626,140.73	\$1,784,036,334.70
4to año	\$1,916,733,252.15	\$402,513,982.95	\$2,319,247,235.10
5to año	\$2,491,753,227.80	\$523,268,177.84	\$3,015,021,405.64
TOTAL	\$7,962,193,101.30	\$1,672,060,551.27	\$9,634,253,652.57

PRESUPUESTOS DE EGRESOS:**COSTOS FIJOS**

Gastos Gral de Producción			
Detalle	Mensual	Con iva	Anual
Energía eléctrica *	\$285.000,00	285000	\$3.420.000,00
Gas *	\$17.000,00	17000	\$204.000,00
Agua y servicios básicos *	\$9.800,00	9800	\$117.600,00
Combustible	\$100.000,00	100000	\$1.200.000,00
Alquiler de instalaciones	\$900.000,00	900000	\$10.800.000,00
Insumos y suministros	\$180.000,00	180000	\$2.160.000,00
Gastos varios	\$50.000,00	50000	\$600.000,00
Gastos de limpieza	\$250.000,00	250000	\$3.000.000,00
TOTAL	\$1.791.800,00	\$1.791.800,00	\$21.501.600,00

SUELDOS Y CARGAS SOCIALES

Estos como se comentó al principio , se registrarán bajo el convenio colectivo de trabajo correspondiente a los empleados de comercio.

Para su comprensión se realizó la sumatoria de los 12 sueldos, más el SAC, esto correspondiente sueldo anual complementario, haciendo con este un total de 13 sueldos.



PERSONAL	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M	1º AÑO
Gerente	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Comprador	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ventas	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Mecánico	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Administración	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ueldos Brutos	\$ 4.027.064	\$ 4.027.064	\$ 4.027.064	\$ 4.027.064	\$ 4.027.064	\$ 6.040.596	\$ 4.027.064	\$ 4.027.064	\$ 4.027.064	\$ 4.027.064	\$ 4.027.064	\$ 6.039.948	\$ 52.351.184
Gerente	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 1.425.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 1.425.000	\$ 12.350.000
Comprador	\$ 616.200	\$ 616.200	\$ 616.200	\$ 616.200	\$ 616.200	\$ 924.300	\$ 616.200	\$ 616.200	\$ 616.200	\$ 616.200	\$ 616.200	\$ 923.652	\$ 8.010.600
Ventas	\$ 1.231.536	\$ 1.231.536	\$ 1.231.536	\$ 1.231.536	\$ 1.231.536	\$ 1.847.304	\$ 1.231.536	\$ 1.231.536	\$ 1.231.536	\$ 1.231.536	\$ 1.231.536	\$ 1.847.304	\$ 16.009.968
Mecánico	\$ 615.768	\$ 615.768	\$ 615.768	\$ 615.768	\$ 615.768	\$ 923.652	\$ 615.768	\$ 615.768	\$ 615.768	\$ 615.768	\$ 615.768	\$ 923.652	\$ 8.004.984
Administración	\$ 613.560	\$ 613.560	\$ 613.560	\$ 613.560	\$ 613.560	\$ 920.340	\$ 613.560	\$ 613.560	\$ 613.560	\$ 613.560	\$ 613.560	\$ 920.340	\$ 7.976.280
portes (17%)	\$ 684.601	\$ 684.601	\$ 684.601	\$ 684.601	\$ 684.601	\$ 1.026.901	\$ 684.601	\$ 684.601	\$ 684.601	\$ 684.601	\$ 684.601	\$ 1.026.791	\$ 8.899.811
ontribuciones (24%)	\$ 966.495	\$ 966.495	\$ 966.495	\$ 966.495	\$ 966.495	\$ 1.449.743	\$ 966.495	\$ 966.495	\$ 966.495	\$ 966.495	\$ 966.495	\$ 1.449.588	\$ 12.564.440
uido Neto	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 5.013.695	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 5.013.157	\$ 43.451.373
uido Neto Venc.	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 5.013.695	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 3.342.463	\$ 5.013.157	\$ 43.451.373
uido Neto por pag	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
argas Sociales	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 2.476.644	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 2.476.379	\$ 21.464.251
argas Soc. Vencida	\$ -	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 2.476.644	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 18.987.872
argas Soc. por pag	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 2.476.644	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 1.651.096	\$ 2.476.379	\$ 2.476.379

Edificio San Vicente de Paul
Gascón 3145 (B7600FNK)
Mar del Plata

(54-223) 499-0400 Int. 189

economicas@ufasta.edu.ar

www.ufasta.edu.ar

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL

En este apartado se hace referencia al dinero necesario para la puesta en marcha de este plan de negocio. Los mismos fueron detallados en anexos.

Teniendo en cuenta los eventos , se estima un presupuesto anual de \$2,000,000 para presenciar eventos destinados a la promoción del local y del servicio integral que se brindara.

En cuanto al capital de trabajo se realizó en base a la suma de dos meses de sueldo del personal más cargas sociales \$8.056.128 , un mes de gastos de producción \$1.791.800 y un mes de gastos de administración y ventas \$1.980.500, ya que se considera que una vez iniciado el negocio y con el nivel de ventas esperado será más que suficientes para cubrir la primera salida de efectivo y las obligaciones.

Inversión Inicial	
MUEBLES Y ÚTILES	\$7.026.340,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$2.769.499,00
HERRAMIENTAS	\$2.727.047,00
Puesta en Marcha	\$2.272.500,00
Gastos Gral de Producción	\$21.501.600,00
Gastos Generales Administrativos	\$23.766.000,00
Sistema de Gestión	\$80.000,00
Gastos operativos Eventos	\$2.000.000,00
Capital de Trabajo	\$12.157.633,00
TOTAL	\$74.300.619,00

Anexo N°6: detalle de los gastos de la inversión inicial

FLUJO DE FONDOS

El flujo de fondo permite determinar la liquidez de la empresa , es un instrumento que brinda información sobre los ingresos y egresos en un periodo determinado.

Lo que también permite determinar el margen ganancial de la organización es el CMV (costo de la mercadería vendida) ,ya que en base a los costos se determinará el markup y cuánto representan estos sobre las ventas. En el caso de los artículos de reventa son determinados por el proveedor en base a la lista de precio que envían y el incrementos de estos por año será del 8%, siendo realistas en promedio con la inflación.

Se asume un incremento anual del 10% en sueldos y gastos operativos, lo que refleja la inflación y los aumentos en costos de personal y operaciones.

En la localidad de San Miguel de Tucumán se maneja una tasa municipal correspondiente al 0.9%, IIBB de Tucumán de un 3.5%, impuesto a las ganancias de un 35%, dentro de este flujo se tienen en cuenta los costos financieros correspondientes a tarjetas de créditos que de acuerdo a las planes de pago se asume un 5% con respecto al valor de ventas.



Edificio San Vicente de Paul
Gascón 3145 (B7600FNK)
Mar del Plata



(54-223) 499-0400 Int. 189



economicas@ufasta.edu.ar



www.ufasta.edu.ar



FLUJO DE FONDOS PROYECTADOS						
	INICIO	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
VENTAS S/IVA		\$945,134,739.72	\$1,134,161,687.66	\$1,474,410,193.96	\$1,916,733,252.15	\$2,491,753,227.79
CMV		-\$691,035,560.55	-\$794,690,894.63	-\$913,894,528.83	-\$1,050,978,708.15	-\$1,208,625,514.37
COSTOS FIJOS		-\$21,501,600.00	-\$23,651,760.00	-\$26,016,936.00	-\$28,618,629.60	-\$31,480,492.56
SUELDOS		-\$52,351,184.00	-\$52,351,832.00	-\$60,356,816.00	-\$60,356,816.00	-\$60,356,816.00
Aportes (17%)		-\$8,221,615.00	-\$9,043,776.50	-\$9,948,154.15	-\$10,942,969.57	-\$12,037,266.52
Contribuciones (24%)		-\$11,606,987.00	-\$12,767,685.70	-\$14,044,454.27	-\$15,448,899.70	-\$16,993,789.67
COSTO OPERATIVO Eventos		-\$2,000,000.00	-\$2,200,000.00	-\$2,420,000.00	-\$2,662,000.00	-\$2,928,200.00
COSTO FINANCIERO TARJETA		-\$47,256,736.99	-\$56,708,084.38	-\$147,441,019.40	-\$191,673,325.21	-\$249,175,322.78
IIBB		-\$23,628,368.49	-\$28,354,042.19	-\$36,860,254.85	-\$47,918,331.30	-\$62,293,830.69
IMPUESTOS MUNICIPALES		-\$8,506,212.66	-\$10,207,455.19	-\$13,269,691.75	-\$17,250,599.27	-\$22,425,779.05
AMORTIZACIÓN		-\$483,581.00	-\$483,581.00	-\$483,581.00	-\$483,581.00	-\$483,581.00
RESULTADO ANTES DEL IMPUESTO		\$78,542,894.03	\$143,702,576.06	\$249,674,757.72	\$490,399,392.35	\$824,952,635.15
IMPUESTO A LAS GANANCIAS		-\$27,490,012.91	-\$50,295,901.62	-\$87,386,165.20	-\$171,639,787.32	-\$288,733,422.30
RESULTADO NETO		\$51,052,881.12	\$93,406,674.44	\$162,288,592.52	\$318,759,605.03	\$536,219,212.84
AMORTIZACIÓN		\$483,581.00	\$483,581.00	\$483,581.00	\$483,581.00	\$483,581.00
MUEBLES Y UTILES	-\$7,026,340.00					
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	-\$2,769,499.00					
HERRAMIENTAS	-\$2,727,047.00					
Puesta en Marcha	-\$2,272,500.00					
Gastos Gral de Producción	-\$21,501,600.00					
Gastos Generales Administrativos	-\$23,766,000.00					
Sistema de Gestión	-\$80,000.00					
Gastos operativos	-\$2,000,000.00					
Capital de Trabajo	\$-12,157,633.00					
RESULTADO NETO	-\$74,220,619.00	\$51,536,462.12	\$93,890,255.44	\$162,772,173.52	\$319,243,186.03	\$536,702,793.84

Análisis y Conclusiones

1. Ventas y Crecimiento: Las ventas proyectadas muestran un crecimiento significativo desde \$945,134,739.72 en 2024 hasta en 2028, indicando una fuerte demanda del mercado y una exitosa penetración de Moto Touring.
2. Resultados Antes del Impuesto: El resultado antes del impuesto muestra un incremento considerable, reflejando la rentabilidad del proyecto. En 2024 es de \$51,536,462.12, aumentando a \$536,702,739.84 en 2028.
3. Impuestos y Amortización: Los impuestos a las ganancias y la amortización están adecuadamente contemplados, asegurando que los resultados netos sean realistas y sostenibles.

ANÁLISIS FINANCIERO

TASA DE CORTE: En el análisis de viabilidad financiera, la tasa de corte es un factor clave, ya que representa el rendimiento mínimo esperado de una inversión en comparación con otras alternativas disponibles. Actualmente, un plazo fijo en Argentina ofrece un rendimiento anual del 40%, aunque esta tasa es susceptible de cambios debido a la volatilidad económica del país. Dado que Argentina es un país con alta inestabilidad económica, utilizar únicamente esta tasa como referencia sería imprudente.

Para Moto Touring Store, la tasa de corte se ha determinado considerando una combinación de referencias. Se añade la tasa de referencia de un país limítrofe como Brasil (13.5%), y se suma un margen adicional de 45,5%. Esto resulta en una tasa de corte del 59%. Esta tasa es crucial para evaluar la viabilidad del proyecto, ya que permite medir el valor del dinero en el tiempo y asegura que las inversiones generen un retorno económico rentable.

Al utilizar esta tasa de corte, Moto Touring Store puede tomar decisiones informadas sobre la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto, asegurando que cualquier inversión realizada cumpla con las expectativas de rendimiento financiero.

Sustituyendo los valores:

Tasa de Corte=Países limítrofes + Tasa adicional

Tasa de Corte=13.5%+45.5%

Tasa de Corte=59%

Para calcular la **Tasa Interna de Retorno (TIR)** de Moto Touring, necesitamos evaluar el flujo de fondos proyectados. La TIR es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto (VPN) de los flujos de caja futuros iguale cero.

FLUJOS DE FONDOS PROYECTADOS- CÁLCULO DE LA TIR:

Inversión Inicial (Año 0):-\$74,220,619

FLUJO DE FONDOS NETOS	
AÑO 0	-\$74,220,619
AÑO 1	\$51,536,462.12
AÑO 2	\$93,890,255.44
AÑO 3	\$162,772,173.52
AÑO 4	\$319,243,186.03
AÑO 5	\$536,702,793.84

Para calcular la TIR, utilizamos la fórmula del VPN (Valor Presente Neto) y resolvemos para la tasa de descuento r que hace que el VPN sea igual a cero:

CALCULO TIR	
AÑO 0	-\$74,220,619
AÑO 1	\$51,536,462.12
AÑO 2	\$93,890,255.44
AÑO 3	\$162,772,173.52
AÑO 4	\$319,243,186.03
AÑO 5	\$536,702,793.84
TIR	129%

Usando Excel, la fórmula =TIR(A1:A6) da como resultado una TIR aproximada del 135%.

Conclusión: La TIR de Moto Touring es 129%. Esta TIR es significativamente mayor que la tasa de corte del 59%, lo que indica que el proyecto es altamente rentable y debería generar un retorno muy superior al mínimo requerido por los inversores.

ANÁLISIS DEL PERÍODO DE RECUPERO:

Año	Flujo de Caja Neto	Flujo de Caja Acumulado
Año 0	-\$74,220,619	-\$74,220,619
Año 1	\$51,536,462.12	-\$22,684,156.88
Año 2	\$93,890,255.44	\$71,206,098.56
Año 3	\$162,772,173.52	\$233,978,272.08
Año 4	\$319,243,186.03	\$553,221,458.11
Año 5	\$536,702,793.84	\$1,089,924,251.95

El flujo de caja acumulado en el primer año después de la inversión inicial es de -\$22,684,156.88.

En el segundo año el flujo generado es de \$93,890,255.44. Lo que permite determinar:

Fracción del Año 2=	Monto por recuperar en Año 2	-	-\$22,684,156.88	0.24
	Flujo de Caja Neto en Año 2	-	\$93,890,255.44	

El periodo de recupero es $1+0.24= 1$ año y 3 meses

Conclusión; El período de recuperación de la inversión es de **1.24 años** o **1 año y 3 meses**. Esto significa que la inversión inicial de -\$74,220,619 se recupera en el primer trimestre del **Año 2**.

CONCLUSIÓN FINAL

Moto Touring se presenta como una inversión sólida y de alto potencial, con una propuesta de valor claramente diferenciada, un modelo financiero robusto y un diseño operativo cuidadosamente planificado. La rápida recuperación de la inversión y el alto

retorno proyectado hacen que este proyecto sea una opción atractiva tanto para inversionistas como para socios estratégicos. Con un enfoque integral y un fuerte compromiso con la calidad y el servicio al cliente, Moto Touring está bien posicionada para convertirse en un líder en el mercado de servicios para motociclistas.

Los indicadores financieros muestran que el proyecto es viable. Se estima que la inversión será recuperada antes de mediados de 2027, lo que refuerza la seguridad del plan. La Tasa Interna de Retorno (TIR) supera ampliamente la tasa de corte, lo que indica un rendimiento significativamente superior a las expectativas iniciales, reafirmando la solidez del proyecto.

El análisis del mercado ha identificado una demanda considerable, ya que las motocicletas son uno de los medios de transporte más utilizados. Moto Touring está preparado para atender estas necesidades de manera eficaz y eficiente, posicionándose como una solución integral en el mercado de motocicletas y accesorios. Por lo tanto, se recomienda la ejecución del proyecto, dado su alto potencial de rentabilidad y sostenibilidad.

RECOMENDACIONES FINALES

El modelo propone un sólido modelo financiero y un diseño bien planificado, se puede apreciar tanto en la TIR como en el periodo de recupero de la inversión, por ende se recomienda llevar adelante el proyecto dado sus beneficios, su rentabilidad y diseño integral.

1. De acuerdo al volumen de venta se recomienda para el 2025 la contratación de un empleado tanto para ventas como para el taller.
2. Brindar mayores modalidades de pago.
3. Planificar y coordinar con proveedores los eventos para el 2025.
4. Considerar incentivos económicos para los empleados, para que se sientan motivados e incentivarlos a superarse cada día.
5. Trabajar constantemente para elevar la vara de diferenciación con la competencia.

6. Negociación continua con proveedores, aprovechar las relaciones con los proveedores y buscar mejores condiciones a medida que el volumen de compras aumente. Considerar acuerdos a largo plazo para asegurar precios estables.
7. Marketing dirigido a nichos específicos, aprovechar las herramientas de análisis de datos para identificar segmentos clave dentro del público objetivo, como motociclistas que prefieren productos premium o aquellos interesados en motos eléctricas y sostenibles.
8. Gestión eficiente de inventarios, se requiere mantener un control estricto del inventario para evitar sobre stock y costos innecesarios. Implementar un sistema de gestión automatizada para mejorar la rotación de inventarios y reducir los costos de almacenamiento.

Bibliografía

ACARA. (n.d.). División motovehículos. Recuperado de <https://www.acara.org.ar/divisiones-motovehiculos.php>

ACARA Oficial [@acaraoficial]. (2023, octubre 21). ¡El patentamiento de motos sigue creciendo! En septiembre 2023 alcanzamos un 15% más de unidades patentadas respecto al año anterior [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/acaraoficial/status/1716503202701443539>

Argentina.gob.ar. (n.d.). 20 datos económicos. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/economia/20datoseconomicos>

Clarín Autos. (2023, enero 10). Seguridad en moto: Guía completa para elegir el casco ideal. Recuperado de https://www.clarin.com/autos/seguridad-moto-guia-completa-elegir-casco-ideal_0_IsSS9j1Cyz.html

El País. (2023, octubre 12). La inflación argentina se sale de control y se acerca al 140% interanual. Recuperado de <https://elpais.com/argentina/2023-10-12/la-inflacion-argentina-se-sale-de-control-y-se-acerca-al-140-interanual.html>

Luchemos por la Vida. (2021). ¿Quiénes, cómo y dónde? Cifras detalladas de siniestros de tránsito en Argentina 2021. Recuperado de <https://luchemos.org.ar/es/estadisticas/generales/quienes-como-y-donde-cifras-detalladas-de-siniestros-de-transito-en-argentina-2021>

Motoblouz. (2021, diciembre 14). Norma EN 17092: Protección para motociclistas. Recuperado de <https://www.motoblouz.es/enjoytheride/news-moto/3764-norma-en-17092-proteccion-2021-12-14>



Todo Riesgo. (2023, marzo 1). Patentamiento de autos y motos en febrero de 2023. Recuperado de <https://www.todoriesgo.com.ar/acara-patentamiento-autos-motos-febrero-2023>

Scribd. (n.d.). Matriz EFE y EFI. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/594317083/MATRIZ-EFE-Y-EFI>

Crehana. (n.d.). Matriz de perfil competitivo. Recuperado de

ANEXOS

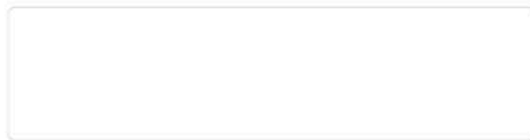
Anexo N°1: Requisitos para habilitación .

 DIRECCION DE INGRESOS MUNICIPALES <small>SUB DIRECCION DE HABILITACION DE NEGOCIOS</small> MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL DE TUCUMAN		
REQUISITOS - HABILITACION		
FECHA:/...../20.....		
<p>Quién se apersona a realizar el trámite debe contar con original y copia de su DNI. Asimismo, deberá acompañar, según el tipo de contribuyente y rubro:</p>		
Ref.	DESCRIPCION	MARCAR (*)
1	Formulario FHN 1 Consulta de Uso Conforme: Completo por Triplicado.	
2	Formulario FHN 2 Solicitud de Habilitación: Completo por Triplicado.	
3	Formulario FOT 30. Formulario de Declaración Jurada del Tributo a la Publicidad y Propaganda – Contribuciones que inciden sobre la Ocupación y Uso de espacios de dominio público: Completo por Triplicado.	
4	Foto de la fachada del local	
5	Personas Físicas: Original y copia del DNI.	
6	Personas Jurídicas: del apoderado, representante o persona similar, original y copia del poder otorgado por escribano o de la designación que corresponda y del DNI.	
7	Constancia de inscripción en AFIP.	
8	Constancia de inscripción en DGR.	
9	Sistema Registral de datos de la AFIP.	
10	Alta del domicilio en D.G.R. y AFIP.	
11	Original y fotocopia de contrato de locación del inmueble si es locatario, con firmas certificadas del locador ante escribano público o banco.	
12	Original y fotocopia de escritura o boleto de compra de la propiedad en caso de ser propietario.	
13	Nota de cesión del local donde se indica la autorización a desarrollar la actividad solicitada, certificada ante escribano público o banco (en caso de cesión gratuita del inmueble).	
14	Para sociedades comerciales, original y copia del contrato social.	
15	Para entidades sin fines de lucro, personería jurídica y estatutos.	
16	Presentar Cumplimiento Fiscal del T.E.M.	
17	Estado de Cuenta Regular del C.I.S.I. del inmueble donde se realizará la actividad comercial.	
18	Todo otro requisito específico requerido por disposiciones Nacionales y/o Provinciales relacionado con la actividad a desarrollar por el solicitante (Secretaría de Educación, bomberos, SIPROSA, por ejemplo)	
Presentar Documentación Técnica, cuando corresponda. (Ver Instructivo)		

ANEXO N°2. ENCUESTA:



Experiencia del Motociclista: Indumentaria Técnica, Accesorios y Servicio de Mantenimiento



Experiencia del Motociclista: Indumentaria Técnica, Accesorios y Servicio de Mantenimiento

46 respuestas

[Publicar análisis](#)

[Copiar](#)

Estamos llevando a cabo esta encuesta con fines académicos y queremos asegurarte que toda la información que nos proporciones será tratada de manera confidencial.

¿Autorizas el uso de la información recopilada para fines de investigación académica?

45 respuestas

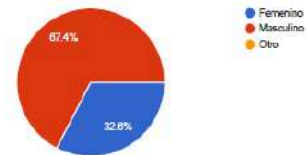


Información demográfica:

Indicanos tu Sexo

46 respuestas

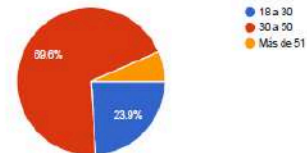
[Copiar](#)



¿Que edad tienes?

46 respuestas

[Copiar](#)

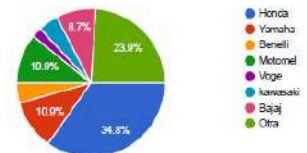


Detalles de la moto

Indicanos la marca de tu moto

46 respuestas

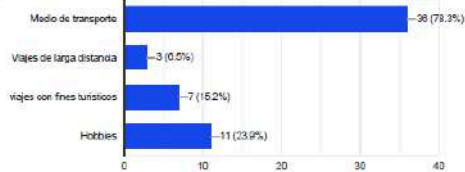
[Copiar](#)



¿Con qué fines utilizas tu moto?

46 respuestas

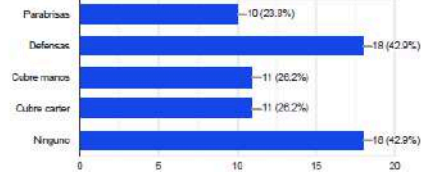
[Copiar](#)



¿Cómo proteges tu moto? (Selecciona todas las que correspondan)

42 respuestas

[Copiar](#)



¿Utilizas casco?

46 respuestas

[Copiar](#)

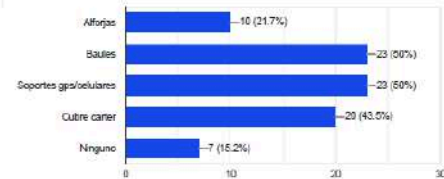


Equipamiento de la moto:

¿Cómo equiparías tu moto? (Selecciona todas las que correspondan)

46 respuestas

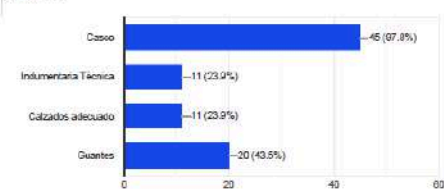
[Copiar](#)



¿Utilizas elementos de seguridad al conducir una moto? (Selecciona todas las que correspondan)

46 respuestas

[Copiar](#)

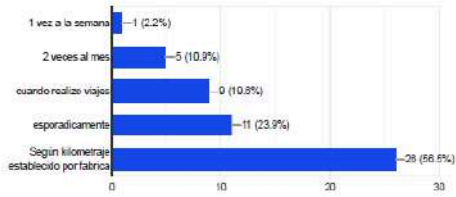


Mantenimiento y chequeos:



¿Con qué frecuencia realiza un chequeo a su moto? [Copiar](#)

46 respuestas



Servicio y Atención al Cliente:

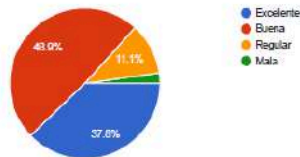
¿Quedas conforme con el servicio? [Copiar](#)

44 respuestas



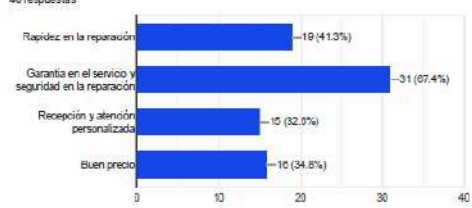
¿Cómo calificarías la atención del servicio brindado? [Copiar](#)

45 respuestas



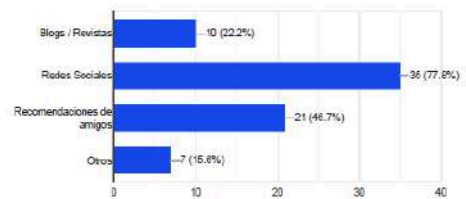
¿Qué aspectos destacarías más para valorar el taller que deseas? [Copiar](#)

46 respuestas



¿Dónde obtienes información sobre nuevos productos y servicios relacionados con tus motos? (Selecciona todas las que correspondan) [Copiar](#)

45 respuestas



GRACIAS POR TU PARTICIPACIÓN

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

ANEXO N°3: Placas publicitarias

**MOTO TOURING
STORE**

INDUMENTARIA ✓

- Resistente a la Abrasión
- Protecciones removibles
- Reflectivo

Equipate

Av. Mitre N°755- San Miguel de Tucumán-Tucumán

**MOTO TOURING
STORE**

ACCESORIOS ✓

Equipate

Av. Mitre N°755- San Miguel de Tucumán-Tucumán

**MOTO TOURING
STORE**

TU SEGUNDO ARTICULO

**40%
OFF**

**PROMO
SUPER**

3 ; 5 ; 9 cuotas sin interes

PRODUCTOS SELECCIONADOS

Av. Mitre 755, San Miguel de Tucumán, Tucumán

**MOTO TOURING
STORE**

SERVICIO DE MANTENIMIENTO ✓

DIAGNOSTICOS ✓

TESTEOS ✓

- Combo Service Express
- Combo Moto Touring
- Combo de distribución
- Combo Service Full

Cuida tu Moto

Av. Mitre N°755- San Miguel de Tucumán-Tucumán



ANEXO N°4: ESCALA SALARIAL



**FAECYS - SECRETARIA DE ASUNTOS LABORALES
REMUNERACIONES PARA EMPLEADOS DE COMERCIO**

DE ABRIL A MAYO / 2024

ACUERDO: 04/2024

ADMINISTRATIVO				
A				
MES – AÑO	BASICO SEGUN ACUERDOS: 01,02 y 04 /2024	AUM NO REMU SO/BASE SEGUN ACU: 01 y 02 /2024	AUM NO REMU SO/BASE SEGUN ACU: 04/2024	TOTAL
ABRIL / 2024	445.901.00	167.659.00	49.085.00	662.645.00

ADMINISTRATIVO				
B				
MES – AÑO	BASICO SEGUN ACUERDOS: 01,02 y 04 /2024	AUM NO REMU SO/BASE SEGUN ACU: 01 y 02 /2024	AUM NO REMU SO/BASE SEGUN ACU: 04/2024	TOTAL
ABRIL / 2024	447.820,00	168.380,00	49.296,00	665.497,00

ADMINISTRATIVO				
F				
MES – AÑO	BASICO SEGUN ACUERDOS: 01,02 y 04 /2024	AUM NO REMU SO/BASE SEGUN ACU: 01 y 02 /2024	AUM NO REMU SO/BASE SEGUN ACU: 04/2024	TOTAL
ABRIL / 2024	467.314.00	175.710,00	51.442,00	694.466,00



AUXILIAR				
A				
MES – AÑO	BASICO SEGUN ACUERDOS: 01,02 y 04 /2024	AUM NO REMU SO/BASE SEGUN ACU: 01 y 02 /2024	AUM NO REMU SO/BASE SEGUN ACU: 04/2024	TOTAL
ABRIL / 2024	447.499,00	168.260,00	49.260,00	665.019,00

VENDEDOR				
A				
MES – AÑO	BASICO SEGUN ACUERDOS: 01,02 y 04 /2024	AUM NO REMU SO/BASE SEGUN ACU: 01 y 02 /2024	AUM NO REMU SO/BASE SEGUN ACU: 04/2024	TOTAL
ABRIL / 2024	447.499,00	168.260,00	49.260,00	665.019,00

ANEXO N°5-DETALLE DE MERCADERÍA DE CADA CATEGORÍA

CALZADOS						
CODIGO	DESCRIPCION	DEMANDA MENSUAL	costo unitario	Precio unitario al publico	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
W1	BOTAS TOURING MOTO 79 HIGH W1 TALLE 38	1	\$96.690,00	\$145,035,00	\$145,035,00	\$1.740,420,00
W1	BOTAS TOURING MOTO 79 HIGH W1 TALLE 39	1	\$96.690,00	\$145,035,00	\$145,035,00	\$1.740,420,00
W1	BOTAS TOURING MOTO 79 HIGH W1 TALLE 40	2	\$96.690,00	\$145,035,00	\$290,070,00	\$3.480,840,00
W1	BOTAS TOURING MOTO 79 HIGH W1 TALLE 41	2	\$96.690,00	\$145,035,00	\$290,070,00	\$3.480,840,00
W1	BOTAS TOURING MOTO 79 HIGH W1 TALLE 42	2	\$96.690,00	\$145,035,00	\$290,070,00	\$3.480,840,00
W1	BOTAS TOURING MOTO 79 HIGH W1 TALLE 43	2	\$96.690,00	\$145,035,00	\$290,070,00	\$3.480,840,00
W1	BOTAS TOURING MOTO 79 HIGH W1 TALLE 44	1	\$96.690,00	\$145,035,00	\$145,035,00	\$1.740,420,00
W1	BOTAS TOURING MOTO 79 HIGH W1 TALLE 45	1	\$96.690,00	\$145,035,00	\$145,035,00	\$1.740,420,00
W6	BOTAS ZAPATILLAS MOTO 79 W6 CITY RIDER MARRON TALLE 38	1	\$62.390,00	\$93,585,00	\$93,585,00	\$1.123,020,00
W6	BOTAS ZAPATILLAS MOTO 79 W6 CITY RIDER MARRON TALLE 39	1	\$62.390,00	\$93,585,00	\$93,585,00	\$1.123,020,00
W6	BOTAS ZAPATILLAS MOTO 79 W6 CITY RIDER MARRON TALLE 40	2	\$62.390,00	\$93,585,00	\$187,170,00	\$2.246,040,00
W6	BOTAS ZAPATILLAS MOTO 79 W6 CITY RIDER MARRON TALLE 41	2	\$62.390,00	\$93,585,00	\$187,170,00	\$2.246,040,00
W6	BOTAS ZAPATILLAS MOTO 79 W6 CITY RIDER MARRON TALLE 42	2	\$62.390,00	\$93,585,00	\$187,170,00	\$2.246,040,00
W6	BOTAS ZAPATILLAS MOTO 79 W6 CITY RIDER MARRON TALLE 43	2	\$62.390,00	\$93,585,00	\$187,170,00	\$2.246,040,00
W6	BOTAS ZAPATILLAS MOTO 79 W6 CITY RIDER MARRON TALLE 44	1	\$62.390,00	\$93,585,00	\$93,585,00	\$1.123,020,00
W6	BOTAS ZAPATILLAS MOTO 79 W6 CITY RIDER MARRON TALLE 45	1	\$62.390,00	\$93,585,00	\$93,585,00	\$1.123,020,00
IMAC52030433.39	BOTA DE LLUVIA MAC BLAS (NEGRO-ROJO) TALLE 39	1	\$5,284,00	\$7,926,00	\$7,926,00	\$95,112,00
IMAC52030433.40	BOTA DE LLUVIA MAC BLAS (NEGRO-ROJO) TALLE 40	1	\$5,284,00	\$7,926,00	\$7,926,00	\$95,112,00
IMAC52030433.41	BOTA DE LLUVIA MAC BLAS (NEGRO-ROJO) TALLE 41	2	\$5,284,00	\$7,926,00	\$15,852,00	\$190,224,00
IMAC52030433.42	BOTA DE LLUVIA MAC BLAS (NEGRO-ROJO) TALLE 42	2	\$5,284,00	\$7,926,00	\$15,852,00	\$190,224,00
IMAC52030433.43	BOTA DE LLUVIA MAC BLAS (NEGRO-ROJO) TALLE 43	2	\$5,284,00	\$7,926,00	\$15,852,00	\$190,224,00
IMAC52030433.44	BOTA DE LLUVIA MAC BLAS (NEGRO-ROJO) TALLE 44	2	\$5,284,00	\$7,926,00	\$15,852,00	\$190,224,00
INTO52110102.41	BOTA NTO STORM NEGRA 41	3	\$44,223,00	\$66,334,50	\$199,003,50	\$2.388,042,00
INTO52110102.42	BOTA NTO STORM NEGRA 42	2	\$44,223,00	\$66,334,50	\$132,669,00	\$1,592,028,00
INTO52110102.43	BOTA NTO STORM NEGRA 43	1	\$44,223,00	\$66,334,50	\$66,334,50	\$796,014,00
INTO52110102.44	BOTA NTO STORM NEGRA 44	1	\$44,223,00	\$66,334,50	\$66,334,50	\$796,014,00
INTO52110102.45	BOTA NTO STORM NEGRA 45	1	\$44,223,00	\$66,334,50	\$66,334,50	\$796,014,00
INTO52110102.46	BOTA NTO STORM NEGRA 46	1	\$44,223,00	\$66,334,50	\$66,334,50	\$796,014,00
TOTAL		43	\$1,569,682,00	\$2,354,523,00	\$3,539,710,50	\$42,476,526,00



CASCOS						
CODIGO	DESCRIPCION	DEMANDA MENSUAL	costo unitario	Precio unitario al publico	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
MAC509081032.M	CASCO MAC REBATIBLE ROCK MAGMA RED BLACK M	2	\$56,780.46	\$85,170.69	\$170,341.38	\$2,044,096.56
MAC509081032.L	CASCO MAC REBATIBLE ROCK MAGMA RED BLACK L	2	\$56,780.46	\$85,170.69	\$170,341.38	\$2,044,096.56
MAC509081032.XL	CASCO MAC REBATIBLE ROCK MAGMA RED BLACK XL	1	\$56,780.46	\$85,170.69	\$85,170.69	\$1,022,048.28
LS2103205052.M	CASCO LS2 320 STREAM EVO LAVA FLUO NARANJA NEGRO M	1	\$45,729.53	\$68,594.30	\$68,594.30	\$823,131.54
LS2103205052.L	CASCO LS2 320 STREAM EVO LAVA FLUO NARANJA NEGRO L	1	\$45,729.53	\$68,594.30	\$68,594.30	\$823,131.54
LS2103205052.XL	CASCO LS2 320 STREAM EVO LAVA FLUO NARANJA NEGRO XL	2	\$45,729.53	\$68,594.30	\$137,188.59	\$1,646,263.08
LS2103205052.XX	CASCO LS2 320 STREAM EVO LAVA FLUO NARANJA NEGRO XXL	3	\$45,729.53	\$68,594.30	\$205,782.89	\$2,469,394.62
R00088004-M	CASCO INTEGRAL HAWK RS1 F ALPHA SOPHI NARANJA MATE M	2	\$45,729.53	\$68,594.30	\$137,188.59	\$1,646,263.08
R00088004-L	CASCO INTEGRAL HAWK RS1 F ALPHA SOPHI NARANJA MATE L	2	\$37,793.00	\$56,689.50	\$113,379.00	\$1,360,548.00
R00088004-XL	CASCO INTEGRAL HAWK RS1 F ALPHA SOPHI NARANJA MATE XL	2	\$37,793.00	\$56,689.50	\$113,379.00	\$1,360,548.00
R00088004-XXL	CASCO INTEGRAL HAWK RS1 F ALPHA SOPHI NARANJA MATE XXL	1	\$37,793.00	\$56,689.50	\$56,689.50	\$680,274.00
HIGM150	CASCO INTEGRAL HAWK RS11 REVO SOPHIE S	3	\$67,763.00	\$101,644.50	\$304,933.50	\$3,659,202.00
HIGM250	CASCO INTEGRAL HAWK RS11 REVO SOPHIE M	3	\$67,763.00	\$101,644.50	\$304,933.50	\$3,659,202.00
HIGM350	CASCO INTEGRAL HAWK RS11 REVO SOPHIE L	3	\$67,763.00	\$101,644.50	\$304,933.50	\$3,659,202.00
R00086933-S	CASCO REBATIBLE HAWK RS5 RESISTANCE NEGRO/FLUO S	1	\$67,758.00	\$101,637.00	\$101,637.00	\$1,219,644.00
R00086933-L	CASCO REBATIBLE HAWK RS5 RESISTANCE NEGRO/FLUO L	2	\$69,998.00	\$104,997.00	\$209,994.00	\$2,519,928.00
R00086933-M	CASCO REBATIBLE HAWK RS5 RESISTANCE NEGRO/FLUO M	3	\$69,998.00	\$104,997.00	\$314,991.00	\$3,779,892.00
R00086933-XL	CASCO REBATIBLE HAWK RS5 RESISTANCE NEGRO/FLUO XL	3	\$69,998.00	\$104,997.00	\$314,991.00	\$3,779,892.00
R00086933-XXL	CASCO REBATIBLE HAWK RS5 RESISTANCE NEGRO/FLUO XXL	3	\$69,998.00	\$104,997.00	\$314,991.00	\$3,779,892.00
R00082715-M	CASCO LS2 470 SUBVERTER TRIPLEX BL-PK-YELLOW TALLE M	1	\$143,648.00	\$215,472.00	\$215,472.00	\$2,585,664.00
R00082715-L	CASCO LS2 470 SUBVERTER TRIPLEX BL-PK-YELLOW TALLE L	1	\$143,648.00	\$215,472.00	\$215,472.00	\$2,585,664.00
R00082715-XL	CASCO LS2 470 SUBVERTER TRIPLEX BL-PK-YELLOW TALLE XL	1	\$143,648.00	\$215,472.00	\$215,472.00	\$2,585,664.00
R00082715-XXL	CASCO LS2 470 SUBVERTER TRIPLEX BL-PK-YELLOW TALLE XXL	1	\$143,648.00	\$215,472.00	\$215,472.00	\$2,585,664.00
R00082715-S	CASCO LS2 470 SUBVERTER TRIPLEX BL-PK-YELLOW TALLE S	1	\$143,648.00	\$215,472.00	\$215,472.00	\$2,585,664.00
TOTAL		45	\$1,781,647.03	\$2,672,470.55	\$4,575,414.11	\$54,904,969.26

ACCESORIOS						
CODIGO	DESCRIPCION	DEMANDA MENSUAL	costo unitario	Precio unitario al publico	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
R0000086768	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" BENELLI 180 S 2021	1	\$30,811.00	\$46,216.50	\$46,216.50	\$554,598.00
R0000086085	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" BENELLI 250 TNT	1	\$29,247.00	\$43,870.50	\$43,870.50	\$526,446.00
R0000086436	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" BENELLI 302 S 2021	1	\$32,591.00	\$48,886.50	\$48,886.50	\$586,638.00
R0000086087	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" BENELLI 502 C 2021	1	\$50,474.00	\$75,711.00	\$75,711.00	\$908,532.00
R0000081460	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" HONDA CG 150 TITAN M/V	1	\$29,247.00	\$43,870.50	\$43,870.50	\$526,446.00
R0000086089	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" HONDA CG 150 TITAN M/N 2015	1	\$29,247.00	\$43,870.50	\$43,870.50	\$526,446.00
R0000086092	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" HONDA XR 250 TORNADO	1	\$34,300.00	\$51,450.00	\$51,450.00	\$617,400.00
R0000088124	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" HONDA CBX 300 TWISTER 2023	1	\$3,774.00	\$5,661.00	\$5,661.00	\$67,932.00
R0000055788	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" HONDA NX 400 FALCON M/N	1	\$30,253.00	\$45,379.50	\$45,379.50	\$544,554.00
R0000086093	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" KTM 200 DUKE (Negro)	1	\$34,299.00	\$51,448.50	\$51,448.50	\$617,382.00
R0000086094	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" KTM 390 DUKE M/V (Negro)	1	\$34,299.00	\$51,448.50	\$51,448.50	\$617,382.00
R0000086095	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" KTM 390 DUKE M/N (Negro)	1	\$34,299.00	\$51,448.50	\$51,448.50	\$617,382.00
R0000086098	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" YAMAHA FZ 160 2011-2012 (Negro)	1	\$34,300.00	\$51,450.00	\$51,450.00	\$617,400.00
R0000086099	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" YAMAHA FZ 160 2013-2014 (Negro)	1	\$34,300.00	\$51,450.00	\$51,450.00	\$617,400.00
R0000086100	PORTAEQUIPAJE (Parrilla) "IRA" YAMAHA FZ 160 2.0 2015-2016 (Negro)	1	\$34,300.00	\$51,450.00	\$51,450.00	\$617,400.00
R0000087682	JGO DE ALFORJAS FOURSTROKE (35lts c/u)	2	\$84,176.00	\$128,264.00	\$256,528.00	\$3,030,336.00
R0000058486	JGO 2 BAULES LATERALES GIVI 21Lts	1	\$147,492.00	\$221,238.00	\$221,238.00	\$2,654,856.00
R0000083854	BAUL GIVI TOP CASE 29 C/BASE REFLECT MONOLOCK	3	\$71,017.00	\$106,525.50	\$319,576.50	\$3,834,918.00
R0000086029	BAUL GIVI TOP CASE 34 C/BASE MONOLOCK NEGRO AHUMADO	2	\$188,484.00	\$282,726.00	\$565,452.00	\$6,785,424.00
R0000086820	BAUL GIVI TOP CASE 43 C/BASE MULEBOX BLACK (Cuadrado)	2	\$177,429.00	\$266,143.50	\$532,287.00	\$6,387,444.00
R0000087497	BAUL GIVI TOP CASE 27 C/BASE MONOLOCK BLACK (Cuadrado)	2	\$91,308.00	\$136,962.00	\$273,924.00	\$3,287,088.00
R0000087498	BAUL GIVI TOP CASE 45 C/BASE MONOLOCK FUME	2	\$159,716.00	\$239,574.00	\$479,148.00	\$5,749,776.00
R0000086030	BASE (Aluminio Anodizado) PARA BAUL GIVI TOP CASE 42/46/52/58 TREKKE	1	\$140,141.00	\$210,211.50	\$210,211.50	\$2,522,538.00
R0000086483	BASE PARA BAUL GIVI TOP CASE 33 BLADE MONOKEY	1	\$36,854.00	\$55,281.00	\$55,281.00	\$663,372.00
R0000085483	CARGADOR USB Y TOMA CORRIENTE 12V CON LED INDICADOR	2	\$7,500.00	\$11,250.00	\$22,500.00	\$270,000.00
R0000085075	CANDADO/TRABA P/DISCO "PUNTO EXTREMO" GRANDE	10	\$4,484.00	\$6,726.00	\$67,260.00	\$807,120.00
R0000085074	CANDADO/TRABA P/DISCO "PUNTO EXTREMO" CHICO	10	\$3,450.00	\$5,175.00	\$51,750.00	\$621,000.00
R0000087494	CUELLO HONDA 2023 ROJO	10	\$2,838.00	\$4,257.00	\$42,570.00	\$510,840.00
R0000087495	CUELLO HONDA 2023 NEGRO	10	\$2,838.00	\$4,257.00	\$42,570.00	\$510,840.00
R0000087500	GORRA HONDA WING CAP STITCH 2023	1	\$5,850.00	\$8,775.00	\$8,775.00	\$105,300.00
TOTAL		438	\$16,343,881.58	\$24,515,822.37	\$41,972,682.27	\$503,672,187.24



LUBRICANTES						
CODIGO	DESCRIPCION	DEMANDA MENSUAL	costo unitario	Precio unitario al publico	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
R0000085339	ACEITE SINTETICO.	30	\$10,971.40	\$16,457.10	\$493,713.00	\$5,924,556.00
R0000085340	ACEITE SEMISINTETICO	30	\$10,971.40	\$16,457.10	\$493,713.00	\$5,924,556.00
R0000085341	ACEITE MINERAL	60	\$6,844.00	\$9,966.00	\$597,960.00	\$7,175,520.00
TOTAL		120	\$28,586.80	\$42,880.20	\$1,585,386.00	\$19,024,632.00

SERVICIO						
CODIGO	DESCRIPCION	DEMANDA MENSUAL	costo unitario	Precio unitario al publico	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
COMBO-1-Combo Service Express	cambio de aceite y filtro + diagnostico	30	\$42,697.12	\$64,045.68	\$1,921,370.40	\$23,056,444.80
COMBO-2-Combo Service Full	cambio de aceite , filtro , control y mantenimiento, fluidos, frenos , luces , electricos, luz alta, baja , electrónicos incluye tableros, caja de cambio	30	\$45,900.24	\$68,850.36	\$2,065,510.80	\$24,786,129.60
COMBO-3-Combo de distribución	servicio de distribución completa.	30	\$45,900.24	\$68,850.36	\$2,065,510.80	\$24,786,129.60
COMBO-4-Combo Destello	revisión de bujía , tableros electrónicos, control de inyección.	30	\$42,697.12	\$64,045.68	\$1,921,370.40	\$23,056,444.80
COMBO-5-Combo refrigeración	servicio de mantenimiento y limpieza de circuitos y temperatura.	30	\$45,900.24	\$68,850.36	\$2,065,510.80	\$24,786,129.60
COMBO-6-Combo Moto Touring Accesorios	colocación de accesorios en general , porta equipaje, soportes, espejos, baúles cámara , handi.	30	\$45,900.24	\$68,850.36	\$2,065,510.80	\$24,786,129.60
TOTAL		180	\$268,995.20	\$403,492.80	\$12,104,784.00	\$145,257,408.00

CODIGO	DESCRIPCION	DEMANDA MENSUAL	costo unitario	Precio unitario al publico	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
R0000033437	FILTRO DE ACEITE R1 / FZ1 FAZER/RHINO 700/XTZ1200/GRYZZLY550	1	\$6,933.40	\$10,400.10	\$10,400.10	\$41,600.40
R0000034260	FILTRO DE AIRE YZ426/YZ450 2007-2008	1	\$36,120.43	\$54,180.65	\$54,180.65	\$216,722.58
R0000043042	FILTRO DE AIRE XTZ125 2005-2012	1	\$19,189.00	\$28,783.50	\$28,783.50	\$115,134.00
R0000046890	FILTRO DE AIRE FZR400	1	\$45,253.56	\$67,880.34	\$67,880.34	\$271,521.36
R0000049748	FILTRO DE ACEITE YBR/XTZ125	1	\$3,849.17	\$5,773.76	\$5,773.76	\$23,095.02
R0000050458	FILTRO DE AIRE YBR 250/XTZ250 LANDER	1	\$7,452.82	\$11,179.23	\$11,179.23	\$44,716.92
R0000053560	FILTRO DE AIRE FZ600 S FAZER	1	\$16,793.53	\$25,190.30	\$25,190.30	\$100,761.18
R0000054578	FILTRO DE ACEITE YAMAHA MT03 320 2016-2017 / FJR 1300 / KAWASAKI V	1	\$9,840.30	\$14,760.45	\$14,760.45	\$59,041.80
R0000077586	FILTRO DE ACEITE R1 / FZ1 FAZER/RHINO 700/XTZ1200/GRYZZLY550	1	\$6,933.40	\$10,400.10	\$10,400.10	\$41,600.40
R0000079336	FILTRO DE ACEITE YAMAHA MT03 320 2016-2017 / FJR 1300 / KAWASAKI V	1	\$9,840.33	\$14,760.50	\$14,760.50	\$59,041.98
R0000081985	FILTRO DE AIRE YAMAHA MT03 320	1	\$12,982.42	\$19,473.63	\$19,473.63	\$77,894.52
R0000083883	FILTRO DE ACEITE YAMAHA FZ25 2018	1	\$11,018.79	\$16,528.19	\$16,528.19	\$66,112.74
R0000087637	FILTRO DE AIRE YAMAHA FASCINO 125 2023	1	\$10,036.73	\$15,055.10	\$15,055.10	\$60,220.38
R0000085452	FILTRO DE COMBUSTIBLE VOGÉ 300AC, R, RR Y DS , 500 R Y DS , 650 DS	1	\$6,476.00	\$9,714.00	\$9,714.00	\$38,856.00
R0000085453	FILTRO DE AIRE VOGÉ 300 AC / 300 DS / 300 R / 300 RR /	1	\$4,663.00	\$6,994.50	\$6,994.50	\$27,978.00
R0000085454	FILTRO DE AIRE VOGÉ 650 DS	1	\$7,174.00	\$10,761.00	\$10,761.00	\$43,044.00
R0000085455	FILTRO DE AIRE VOGÉ 500 DS / 500 R	1	\$11,558.00	\$17,337.00	\$17,337.00	\$69,348.00
R0000085460	FILTRO DE ACEITE VOGÉ 300 AC / 300 DS / 300 R / 300 RR /	1	\$3,879.00	\$5,818.50	\$5,818.50	\$23,274.00
R0000085461	FILTRO DE ACEITE VOGÉ 500 DS / 500 R	1	\$5,480.00	\$8,220.00	\$8,220.00	\$32,880.00
R0000085462	FILTRO DE ACEITE VOGÉ 650 DS	1	\$4,683.00	\$7,024.50	\$7,024.50	\$28,098.00
R0000084836	FILTRO DE ACEITE BENELLI TNT 25	1	\$6,195.59	\$9,293.39	\$9,293.39	\$37,173.54
R0000085755	FILTRO DE AIRE BENELLI TNT 25	1	\$2,350.05	\$3,525.08	\$3,525.08	\$14,100.30
R0000085761	FILTRO DE AIRE BENELLI TNT 150	1	\$9,542.63	\$14,313.95	\$14,313.95	\$57,255.78
R0000085766	FILTRO DE AIRE BENELLI TNT 300 / TNT 302 S	1	\$10,041.13	\$15,061.70	\$15,061.70	\$60,246.78
R0000084834	FILTRO DE ACEITE BENELLI TNT 300 / TNT 302 S / TNT 600 / TRK 502 / TR	1	\$16,236.71	\$24,355.07	\$24,355.07	\$97,420.26
R0000085772	FILTRO DE AIRE BENELLI TNT 135	1	\$8,189.57	\$12,284.36	\$12,284.36	\$49,137.42
R0000085337	FILTRO DE ACEITE BENELLI TNT 135	1	\$9,257.78	\$13,886.67	\$13,886.67	\$55,546.68
R0000085777	FILTRO DE AIRE BENELLI TRK 502 / TRK 502 X / TRK 502 NEW	1	\$10,254.77	\$15,382.16	\$15,382.16	\$61,528.62
R0000085785	FILTRO DE AIRE BENELLI TNT 180 S	1	\$7,192.58	\$10,788.87	\$10,788.87	\$43,155.48
R0000084869	FILTRO DE ACEITE BENELLI TNT 180 S	1	\$3,916.75	\$5,875.13	\$5,875.13	\$23,500.50
R0000085338	FILTRO DE ACEITE BENELLI TRK 251 / TRK 251 ABS	1	\$11,109.33	\$16,664.00	\$16,664.00	\$66,655.98
TOTAL		31	\$334,443.77	\$501,665.66	\$501,665.66	\$2,006,662.62



INDUMENTARIA						
CODIGO	DESCRIPCION	DEMANDA MENSUAL	Costo unitario	Preto unitario al publico	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
RD0082637-M	CAMPERA LS2 GALLANT H GRIS M	1	\$314,100.00	\$471,150.00	\$471,150.00	\$5,663,800.00
RD0082637-L	CAMPERA LS2 GALLANT H GRIS L	1	\$314,100.00	\$471,150.00	\$471,150.00	\$5,663,800.00
RD082637-M	CAMPERA LS2 GALLANT H GRIS 3XL	1	\$314,100.00	\$471,150.00	\$471,150.00	\$5,663,800.00
RD082637-2XL	CAMPERA LS2 GALLANT H GRIS 2XL	1	\$314,100.00	\$471,150.00	\$471,150.00	\$5,663,800.00
RD082637-3XL	CAMPERA LS2 GALLANT H GRIS 3XL	1	\$314,100.00	\$471,150.00	\$471,150.00	\$5,663,800.00
RD0082663-M	CAMPERA NTO CORDURA 4S NEGRA FLUOR M	2	\$187,200.00	\$280,800.00	\$561,600.00	\$6,739,200.00
RD0082663-L	CAMPERA NTO CORDURA 4S NEGRA FLUOR L	2	\$187,200.00	\$280,800.00	\$561,600.00	\$6,739,200.00
RD082663-XL	CAMPERA NTO CORDURA 4S NEGRA FLUOR XL	3	\$187,200.00	\$280,800.00	\$842,400.00	\$10,108,800.00
RD82663-XXL	CAMPERA NTO CORDURA 4S NEGRA FLUOR XXL	2	\$187,200.00	\$280,800.00	\$561,600.00	\$6,739,200.00
RD82663-3XL	CAMPERA NTO CORDURA 4S NEGRA FLUOR 3XL	1	\$187,200.00	\$280,800.00	\$280,800.00	\$3,369,600.00
RD0082664-S	CAMPERA NTO CORDURA METRO NEGRA S	3	\$191,438.00	\$287,157.00	\$861,471.00	\$10,337,652.00
RD0082664-M	CAMPERA NTO CORDURA METRO NEGRA M	2	\$191,438.00	\$287,157.00	\$574,314.00	\$6,891,768.00
RD0082664-L	CAMPERA NTO CORDURA METRO NEGRA L	2	\$191,438.00	\$287,157.00	\$574,314.00	\$6,891,768.00
RD0087193-S	Campera GP 23 CP 10 4S Cordura c-int desmontable y protecciones NEGRO	3	\$78,899.00	\$118,348.50	\$355,045.50	\$4,260,546.00
RD0087193-M	Campera GP 23 CP 10 4S Cordura c-int desmontable y protecciones NEGRO	3	\$78,899.00	\$118,348.50	\$355,045.50	\$4,260,546.00
RD0087193-L	Campera GP 23 CP 10 4S Cordura c-int desmontable y protecciones NEGRO	3	\$78,899.00	\$118,348.50	\$355,045.50	\$4,260,546.00
RD85174-L	CAMPERA JOE ROCKET CORDURA PHOENIX AZUL TALLE L	3	\$68,530.00	\$102,795.00	\$308,385.00	\$3,700,620.00
RD85174-M	CAMPERA JOE ROCKET CORDURA PHOENIX AZUL TALLE M	2	\$68,530.00	\$102,795.00	\$205,590.00	\$2,467,080.00
RD85174-XL	CAMPERA JOE ROCKET CORDURA PHOENIX AZUL TALLE XL	3	\$68,530.00	\$102,795.00	\$308,385.00	\$3,700,620.00
RD85174-XXL	CAMPERA JOE ROCKET CORDURA PHOENIX AZUL TALLE XXL	3	\$68,530.00	\$102,795.00	\$308,385.00	\$3,700,620.00
RD0087196-S	Campera PARIKA GP 23 CP 30 TILCARA Cordura c-int desmontable y protecc	2	\$92,700.00	\$139,050.00	\$278,100.00	\$3,337,200.00
RD0087196-M	Campera PARIKA GP 23 CP 30 TILCARA Cordura c-int desmontable y protecc	2	\$92,700.00	\$139,050.00	\$278,100.00	\$3,337,200.00
RD0087196-L	Campera PARIKA GP 23 CP 30 TILCARA Cordura c-int desmontable y protecc	2	\$92,700.00	\$139,050.00	\$278,100.00	\$3,337,200.00
RD82664-M	CAMPERA NTO CORDURA METRO NEGRA XL	1	\$191,438.00	\$287,157.00	\$287,157.00	\$3,445,884.00
RD82638-2XL	PANTALON HOMBRE LS2 CHART NEGRO XXL	1	\$187,200.00	\$280,800.00	\$280,800.00	\$3,369,600.00
RD82638-3XL	PANTALON HOMBRE LS2 CHART NEGRO 3XL	1	\$187,200.00	\$280,800.00	\$280,800.00	\$3,369,600.00
RD82638-4XL	PANTALON HOMBRE LS2 CHART NEGRO 4XL	1	\$187,200.00	\$280,800.00	\$280,800.00	\$3,369,600.00
RD0082649-S	PANTALON NTO CORDURA FUSE NEGRO S	2	\$49,524.00	\$74,286.00	\$148,572.00	\$1,782,864.00
RD0082649-M	PANTALON NTO CORDURA FUSE NEGRO M	2	\$49,524.00	\$74,286.00	\$148,572.00	\$1,782,864.00
RD0082649-L	PANTALON NTO CORDURA FUSE NEGRO L	2	\$49,524.00	\$74,286.00	\$148,572.00	\$1,782,864.00
RD82649-XL	PANTALON NTO CORDURA FUSE NEGRO XL	3	\$49,524.00	\$74,286.00	\$222,858.00	\$2,674,296.00
RD82649-XXL	PANTALON NTO CORDURA FUSE NEGRO XXL	3	\$49,524.00	\$74,286.00	\$222,858.00	\$2,674,296.00
RD82649-3XL	PANTALON NTO CORDURA FUSE NEGRO 3XL	3	\$49,524.00	\$74,286.00	\$222,858.00	\$2,674,296.00
RD87794-S	PANTALON MAC CORDURA CARDINAL NEGRO TALLE S	2	\$71,131.00	\$106,696.50	\$213,393.00	\$2,560,716.00
RD87794-L	PANTALON MAC CORDURA CARDINAL NEGRO TALLE L	2	\$71,131.00	\$106,696.50	\$213,393.00	\$2,560,716.00
RD87794-M	PANTALON MAC CORDURA CARDINAL NEGRO TALLE M	2	\$71,131.00	\$106,696.50	\$213,393.00	\$2,560,716.00
RD87794-XL	PANTALON MAC CORDURA CARDINAL NEGRO TALLE XL	2	\$71,131.00	\$106,696.50	\$213,393.00	\$2,560,716.00
RD87794-XXL	PANTALON MAC CORDURA CARDINAL NEGRO TALLE XXL	2	\$71,131.00	\$106,696.50	\$213,393.00	\$2,560,716.00
RD085716-T1	CALZA TERMICA MAC MAGMA NEGRO T1 S/M	2	\$13,079.00	\$19,618.50	\$39,237.00	\$470,844.00
RD085716-T2	CALZA TERMICA MAC MAGMA NEGRO T2 L/XL	2	\$13,079.00	\$19,618.50	\$39,237.00	\$470,844.00
RD085716-T3	CALZA TERMICA MAC MAGMA NEGRO T3 XL/XXL	2	\$13,079.00	\$19,618.50	\$39,237.00	\$470,844.00
RD085717-T1	CAMISETA TERMICA MAC MAGMA NEGRO T1 S/M	2	\$14,551.00	\$21,826.50	\$43,653.00	\$523,836.00
RD085717-T2	CAMISETA TERMICA MAC MAGMA NEGRO T2 L/XL	2	\$14,551.00	\$21,826.50	\$43,653.00	\$523,836.00
RD085717-T3	CAMISETA TERMICA MAC MAGMA NEGRO T3 XL/XXL	2	\$14,551.00	\$21,826.50	\$43,653.00	\$523,836.00
RD0084649-S	TRAJE DE LLUVIA MAC BLAST NEGRO S	2	\$7,181.00	\$10,771.50	\$21,543.00	\$258,516.00
RD0084649-M	TRAJE DE LLUVIA MAC BLAST NEGRO M	2	\$7,181.00	\$10,771.50	\$21,543.00	\$258,516.00
RD0084649-L	TRAJE DE LLUVIA MAC BLAST NEGRO L	2	\$7,181.00	\$10,771.50	\$21,543.00	\$258,516.00
RD0084649-XL	TRAJE DE LLUVIA MAC BLAST NEGRO XL	2	\$7,181.00	\$10,771.50	\$21,543.00	\$258,516.00
RD84649-XXL	TRAJE DE LLUVIA MAC BLAST NEGRO XXL	3	\$7,181.00	\$10,771.50	\$32,314.50	\$387,774.00
RB4649-XXL	TRAJE DE LLUVIA MAC BLAST NEGRO XXL	3	\$7,181.00	\$10,771.50	\$32,314.50	\$387,774.00
RD083889-40	GALOCCHA NIMBUS NINETOONE NTO TALLE 40	2	\$7,089.00	\$10,633.50	\$21,267.00	\$255,204.00
RD083889-41	GALOCCHA NIMBUS NINETOONE NTO TALLE 41	2	\$7,089.00	\$10,633.50	\$21,267.00	\$255,204.00
RD083889-42	GALOCCHA NIMBUS NINETOONE NTO TALLE 42	2	\$7,089.00	\$10,633.50	\$21,267.00	\$255,204.00
RD083889-43	GALOCCHA NIMBUS NINETOONE NTO TALLE 43	2	\$7,089.00	\$10,633.50	\$21,267.00	\$255,204.00
RD0084914-M	GUANTE PUNTO EXTREMO CITY TALLE M	2	\$12,108.70	\$18,163.05	\$36,326.10	\$435,913.20
RD0084914-L	GUANTE PUNTO EXTREMO CITY TALLE L	2	\$12,108.70	\$18,163.05	\$36,326.10	\$435,913.20
RD0084914-XL	GUANTE PUNTO EXTREMO CITY TALLE XL	2	\$12,108.70	\$18,163.05	\$36,326.10	\$435,913.20
RD84914-XXL	GUANTE PUNTO EXTREMO CITY TALLE XXL	2	\$12,108.70	\$18,163.05	\$36,326.10	\$435,913.20
RD0085071-M	GUANTE PUNTO EXTREMO LARGO DE INVIERNO NEOPRENE M	2	\$12,925.99	\$19,388.99	\$38,777.97	\$465,335.64
RD0085071-L	GUANTE PUNTO EXTREMO LARGO DE INVIERNO NEOPRENE L	2	\$12,925.99	\$19,388.99	\$38,777.97	\$465,335.64
RD0085071-XL	GUANTE PUNTO EXTREMO LARGO DE INVIERNO NEOPRENE XL	2	\$12,925.99	\$19,388.99	\$38,777.97	\$465,335.64
RD85071-XXL	GUANTE PUNTO EXTREMO LARGO DE INVIERNO NEOPRENE XXL	2	\$12,925.99	\$19,388.99	\$38,777.97	\$465,335.64
RD0085072-S	GUANTE PUNTO EXTREMO CITY NEGRO S	2	\$12,119.20	\$18,178.80	\$36,357.60	\$436,291.20
RD0085072-M	GUANTE PUNTO EXTREMO CITY NEGRO M	2	\$12,119.20	\$18,178.80	\$36,357.60	\$436,291.20
RD0085072-L	GUANTE PUNTO EXTREMO CITY NEGRO L	2	\$12,119.20	\$18,178.80	\$36,357.60	\$436,291.20
RD0085072-XL	GUANTE PUNTO EXTREMO CITY NEGRO XL	2	\$12,119.20	\$18,178.80	\$36,357.60	\$436,291.20
RD85072-XXL	GUANTE PUNTO EXTREMO CITY NEGRO XXL	2	\$12,119.20	\$18,178.80	\$36,357.60	\$436,291.20
TOTAL		187	\$5,580,694.78	\$8,386,862.14	\$14,481,686.78	\$173,778,028.98



Anexo N°6: detalle de los gastos de la inversión inicial

Presupuesto- Test Drive

Datos del cliente

Nombre y Apellido: Moto Touring Store

Fecha: a confirmar

Método de pago: Efectivo

Descripción: Evento Propio Test Drive

Concepto	Descripción Breve	IMPORTE
Permiso Municipal	habilitaciones para el evento	\$500,000.00
Alquiler de predio	lugar para la realización del evento -las cañas- yerba buena -Tucumán	\$300,000.00
Combustible	traslado de mercadería	\$50,000.00
viatico y movilidad comercial	almuerzo por viaje- entrega de maquinaria	\$200,000.00
promotoras	dos personas para reparto de folletos por dos días	\$30,000.00
Baños Químicos	2 para dos días de eventos	\$100,000.00
banners	4 banners	\$40,000
carpa	2 carpa	\$200,000.00
prod. audiovisual	proyeccion - imagenes -pantallas	\$250,000
alquileres	mesa-sillas	\$50,000.00
flete	traslado de mercadería	\$100,000
elementos de seguridad	cadena-conos - botiquin	\$180,000
TOTAL		\$2,000,000.00

Presupuesto válido por 28 días



Edificio San Vicente de Paul
Gascón 3145 (B7600FNK)
Mar del Plata



(54-223) 499-0400 Int. 189



economicas@ufasta.edu.ar



www.ufasta.edu.ar

