

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
Departamento de Ingeniería Comercial

**FACTIBILIDAD PARA UN PLAN DE NEGOCIO EN
LA COMERCIALIZACION DE INSUMOS PARA
MOTOCICLETAS.**

Claudio Marcelo Hernández González
INGENIERIA COMERCIAL
Diciembre 2024



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIDENCIALIDAD DE MONOGRAFÍA A REPOSITORIO ACADÉMICO

1.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO ACADÉMICO

Tipo de monografía (marcar una opción): Memoria o trabajo de título Tesis de Postgrado

Título del trabajo: **FACTIBILIDAD PARA UN PLAN DE NEGOCIO EN LA COMERCIALIZACION DE INSUMOS PARA MOTOCICLETAS**

Nombre del candidato(a): **Claudio Marcelo Hernández González**

Carrera / Grado: **Ingeniería Comercial**

Campus: **Vitacura**

Departamento: **Ingeniería Comercial**

2.- VALIDACIÓN DEL PROFESOR GUÍA/DIRECTOR DE TESIS

Yo, Roberto Muñoz, en mi calidad de profesor(a) guía/director(a) del trabajo académico mencionado anteriormente **DEJO CONSTANCIA** que:

- He revisado esta versión del documento y corresponde a la versión final aprobada del trabajo.
- El trabajo cumple con los requisitos académicos y de formato establecidos por la institución.

3.- EVALUACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD POR PROPIEDAD INDUSTRIAL (marcar una opción)

El trabajo **NO contiene** información que amerite confidencialidad y puede ser publicado de inmediato en repositorio con acceso abierto.

El trabajo **CONTIENE** información con potenciales implicancias de propiedad industrial o intelectual y requiere un periodo de confidencialidad (**embargo**) por (**marcar una opción**):

<input type="checkbox"/> 6 meses	<input type="checkbox"/> 12 meses	<input type="checkbox"/> 2 años	<input type="checkbox"/> 3 años	<input type="checkbox"/> 5 años
	<input type="checkbox"/> años	<input type="checkbox"/> 10 años		

Fundamentación de la necesidad de confidencialidad (obligatorio si se solicita embargo):

4.- FIRMAS

Profesor(a) guía o director(a) de memoria o tesis:

Fecha: 27/10/2025 Firma:

Estudiante o Candidato(a):

Fecha: 27/10/2025 Firma:

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
Departamento de Ingeniería Comercial

**FACTIBILIDAD PARA UN PLAN DE NEGOCIO EN
LA COMERCIALIZACION DE INSUMOS PARA
MOTOCICLETAS.**

Memoria presentada por

Claudio Marcelo Hernández González

Como requisito para optar al Título de

INGENIERO COMERCIAL

Director de Memoria: **Roberto Muñoz**

Diciembre 2024

TITULO DE MEMORIA:

“FACTIBILIDAD PARA UN PLAN DE NEGOCIO EN LA COMERCIALIZACION DE INSUMOS PARA MOTOCICLETAS.”

AUTOR:

Claudio Marcelo Hernández González

TRABAJO DE MEMORIA, presentando en cumplimiento parcial de los requisitos para el Título de Ingeniero Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María.

Observaciones:

Dr. Roberto Muñoz

Director de Memoria

Correferente

Santiago, Diciembre 2024

Todo el contenido, análisis, conclusiones
y opiniones vertidas en este estudio son
de mi exclusiva responsabilidad.

Nombre: Claudio Hernández González

Firma:

Fecha:

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría agradecer a todas las personas que me acompañaron en este proceso, mis amigos que me han dado el apoyo para poder terminar este gran proceso sobre mi vida laboral, también agradecer especialmente a mi familia, por darme todas las facilidades para poder concentrarme en los estudios, agradecer a mi abuela que siempre ha estado para mí en todo momento, me han acompañado, también en el proceso extracurricular, en la mayor ayuda que entre los dos nos mantenemos juntos para cuidar a mi abuelo que ha estado muy delicado de salud, es por él y por ella es que tuve las fuerzas necesarias para continuar y no abandonar este proceso, me gustaría que me vieran titulado antes de cualquier cosa, espero de todo corazón que así sea.

RESUMEN EJECUTIVO

Este resumen ejecutivo presenta la propuesta de crear una empresa especializada en la comercialización de insumos para motocicletas, un sector que ha experimentado un crecimiento constante y una demanda creciente. El principal objetivo de la empresa es ofrecer una amplia variedad de productos que cubran las necesidades de los entusiastas del motociclismo y de los usuarios cotidianos que utilizan motocicletas como medio de transporte habitual. A través de un estudio exhaustivo del mercado, se ha identificado el perfil de nuestros clientes objetivo, lo que nos permitirá diseñar estrategias de marketing efectivas y seleccionar los canales de distribución más adecuados.

Nuestro enfoque es atraer a una amplia variedad de clientes, prestando especial atención a aquellos que buscan productos de alta calidad a precios accesibles, adaptados a diversos presupuestos. Nos proponemos satisfacer las necesidades tanto de los motociclistas aficionados que buscan productos de alto rendimiento, como de aquellos que requieren insumos de calidad para un uso más funcional y cotidiano.

A largo plazo, el objetivo de la empresa es posicionarse como una marca líder en el comercio electrónico de insumos para motocicletas en Chile, con un enfoque integral que no solo se limite a ofrecer productos, sino también a brindar soluciones completas a los usuarios, proporcionar información valiosa sobre los productos y servicios, asegurar que todos sus clientes reciban la mejor calidad posible. Este compromiso con la calidad y la satisfacción del cliente estará respaldado por un enfoque de mejora continua, basado en la retroalimentación de los usuarios y un análisis detallado del comportamiento del mercado.

Mediante la implementación de una plataforma de comercio electrónico eficiente, se busca facilitar la compra en línea de todos los productos, asegurando una experiencia de usuario amigable, rápida y segura. A medida que la empresa crezca, se enfocarán en diversificar su oferta de productos y mantener una actualización

constante de los mismos, respondiendo siempre a las tendencias del mercado y las necesidades de sus clientes. En resumen, la misión de la empresa es convertirse en la principal referencia en el mercado de insumos para motocicletas, ofreciendo productos de alta calidad, un excelente servicio al cliente y soluciones accesibles para todos los motociclistas, basándose en un análisis detallado del mercado y las preferencias de los consumidores.

ABSTRACT

This executive summary presents the proposal to create a company specialize in the marketing of motorcycle supplies, a sector that has experienced constant growth and increasing demand. The main objective of the company is to offer a wide variety of products that meet the needs of motorcycling enthusiasts and everyday users who use motorcycles as a regular means of transport. Through an exhaustive study of the market, the profile of our target customers has been identified, which will allow us to design effective marketing strategies and select the most appropriate distribution channels.

Our focus is to attract a wide variety of customers, paying special attention to those looking for high-quality products at affordable prices, adapted to various budgets. We aim to meet the needs of both amateur motorcyclists looking for high-performance products, and those who require quality supplies for more functional and everyday use.

In the long term, the company's goal is to position itself as a leading brand in the e-commerce of motorcycle supplies in Chile, with a comprehensive approach that is not only limited to offering products, but also to providing complete solutions to users, providing valuable information about products and services, and ensuring that all its customers receive the best possible quality. This commitment to quality and customer satisfaction will be supported by a continuous improvement approach, based on user feedback and a detailed analysis of market behavior.

By implementing an efficient e-commerce platform, it seeks to facilitate the online purchase of all products, ensuring a friendly, fast and safe user experience. As the company grows, they will focus on diversifying their product offering and maintaining constant updates to them, always responding to market trends and the needs of their customers. In short, the company's mission is to become the leading reference in the motorcycle supplies market, offering high quality products, excellent customer

service and accessible solutions for all motorcyclists, based on a detailed analysis of the market and consumer preferences.

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1: Productos a ofrecer en la tienda. Fuente: Elaboración propia.....	53
Tabla 2: Ventas esperadas al primero año por cada producto. Fuente: Elaboración propia	56
Tabla 3: Presupuesto inicial primero año. Fuente: Elaboración propia	56
Tabla 4: Precio de venta vs Costo de compra.....	57
Tabla 5: Flujo de caja resumido del año 1 y año 2 esperadas. Fuente: Elaboración propia	57
Tabla 6: Indicadores financieros. Fuente: Elaboración propia.....	58
Tabla 7: Flujo de caja Año 1. Fuente: Elaboración propia.....	68
Tabla 8: Flujo de caja Año 2. Fuente: Elaboración propia.....	69

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN.

Ilustración 1: Ventas mensuales de motocicletas nuevas en Chile 2021 hasta enero 2024	19
Ilustración 2: Ventas de motocicletas nuevas durante enero 2021 y diciembre 2023.	20

ÍNDICE DE IMÁGENES.

Imagen 1: Logo Wolfgang_bike.....	37
-----------------------------------	----

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	14
ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO.	14
OBJETIVOS.	16
1.1 OBJETIVO GENERAL.	16
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	16
ALCANCE DEL ESTUDIO.	16
ESTADO DEL ARTE.	18
1.3 ANTECEDENTES DEL ESTADO DEL ARTE.	18
1.3.1 Evolución de las motocicletas, y su llegada a Chile.....	18
1.3.2 Mercado de motocicletas en Chile.	19
1.3.3 Segmento por cilindrada.....	20
1.3.4 Partes de una motocicleta.	21
1.3.4.1 Parte Motriz	21
1.3.4.2 Parte ciclística.....	22
1.3.4.3 Parte eléctrica	22
1.3.4.4 Carrocería	23
1.3.5 Equipamiento obligatorio y recomendados para pilotos.....	23
1.3.6 Mantenimiento para una motocicleta.....	25
1.4 MARCO TEÓRICO DEL ESTADO DEL ARTE	28
1.4.1 Plan de negocio.....	28
1.4.2 Plan de ventas y marketing.....	30
1.4.2.1 Modelo CANVAS	30
1.4.2.2 Cadena de Valor	31
1.4.2.3 Análisis FODA.....	32
1.4.3 Plan de operaciones/logística	32
1.4.4 Plan financiero	33
PROPUESTA METODOLÓGICA	34
APLICACIÓN METODOLÓGICA.....	36
1.5 Presentación de la empresa	36
1.5.1 Origen y motivación de la marca	36
1.5.2 Nombre de la marca	37
1.5.3 Logo y slogan de la marca	37

1.6	Análisis del Entorno.....	38
1.6.1	Análisis PESTEL.....	38
1.6.1.1	Factor Político.....	38
1.6.1.2	Factor Económico.....	38
1.6.1.3	Factor Social.....	39
1.6.1.4	Factor Tecnológico.....	40
1.6.1.5	Factor Ecológico.....	40
1.6.1.6	Factor Legal.....	41
1.7	Análisis de la industria.....	42
1.7.1	Análisis Porter.....	42
1.7.1.1	Poder de negociación con los proveedores.....	42
1.7.1.2	Poder de negociación con los clientes.....	42
1.7.1.3	Rivalidad entre competidores.....	42
1.7.1.4	Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	43
1.7.1.5	Amenaza de productos sustitutos.....	43
1.8	Análisis FODA.....	44
1.8.1	Fortaleza.....	44
1.8.2	Oportunidades.....	45
1.8.3	Debilidades.....	45
1.8.4	Amenazas.....	45
1.9	Modelo CANVAS.....	46
1.9.1	Segmento de clientes.....	46
1.9.2	Propuesta de valor.....	46
1.9.3	Canales de distribución.....	47
1.9.4	Relaciones con el cliente.....	47
1.9.5	Flujo de ingresos.....	47
1.9.6	Recursos claves.....	48
1.9.7	Actividades claves.....	48
1.9.8	Red de asociados.....	49
1.9.9	Costos económicos.....	49
1.10	Plan de marketing.....	50
1.10.1	Principales objetivos.....	50
1.10.2	Posicionamiento.....	50

1.10.3	Precio	51
1.10.4	Distribución.....	51
1.10.5	Promoción	51
1.10.6	Estrategia de ventas	52
1.10.7	Presupuesto.....	52
1.10.8	Productos	53
1.11	Plan de Operaciones-Logística	53
1.11.1	Producción-Compra de insumos.....	53
1.11.2	Almacenamiento	54
1.11.3	Distribución.....	54
1.12	Plan financiero	55
1.12.1	Presupuesto.....	55
1.12.2	Flujo de caja proyectado	57
1.13	Caja de valor	58
1.13.1	Actividades primarias	58
1.13.1.1	Logística de entrada.....	58
1.13.1.2	Operaciones.....	59
1.13.1.3	Logística de salida	59
1.13.1.4	Marketing y ventas	60
1.13.1.5	Servicio	60
1.13.2	Actividades de apoyo.....	61
1.13.2.1	Infraestructura	61
1.13.2.2	Desarrollo tecnológico.....	61
1.13.2.3	Gestión de recursos humanos.....	62
1.13.2.4	Adquisición	62
	CONCLUSIONES	63
	RECOMENDACIONES.....	64
	BIBLIOGRAFÍA	65
	ANEXOS	68

INTRODUCCIÓN.

En un mundo en constante movimiento, las motocicletas se han convertido en una opción de transporte cada vez más popular debido a su eficiencia, versatilidad y economía. Con el crecimiento continuo del mercado de motocicletas, ha surgido la necesidad de proveer a los usuarios de estos vehículos con insumos y accesorios de calidad que garanticen su seguridad, comodidad y rendimiento.

El presente plan de negocio se enfoca en la creación de una empresa dedicada a la comercialización de insumos para motocicletas, dirigida tanto a entusiastas del motociclismo como a usuarios cotidianos de este medio de transporte. Este emprendimiento se compromete a ofrecer productos de calidad a precios competitivos, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

El plan incluye una visión general de los objetivos, estrategias y alcance del negocio, destacando la oportunidad y el potencial de crecimiento en un mercado en constante expansión. Para ello, se llevará a cabo un análisis exhaustivo del mercado objetivo de las motocicletas, la competencia, los canales de distribución y las estrategias de marketing.

ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO.

En los últimos años la demanda de motocicletas ha crecido considerablemente, sin embargo, aunque en Chile la popularidad de este medio de transporte no era tan cotizado como en otros países, poco a poco durante los años comenzó a popularizarse las motocicletas como medio de transporte, alternativo al automóvil y/o al transporte público, debido a varios factores, como precios de ventas, tiempos de transporte más cortos, pasión de los usuarios por las motocicletas, etc. Para el año 2020, el mundo vivió una de las peores crisis sanitarias, en donde mucha gente tuvo que reinventarse, ya que muchas empresas quebraron y dejaron a miles de familias sin sustento económico, también las personas por el riesgo de contagio,

preferían cambiar el transporte público, entonces, una de las alternativas más atractivas, por su fácil movilidad y económicamente asequibles, fueron las motocicletas, seguido para el año 2020 las ventas de motocicletas se quedaron estancadas alrededor de las 30.000 unidades, una cifra similar que se vendían en años anteriores (LaTercera, 2023), sin embargo, para los siguientes años estas cifras aumentaron radicalmente, para 2021 se marcó una cifra histórica del 103% con respecto al año 2020 y 108% con respecto al 2019, para ANIM (Asociación Nacional de Importadores de Motos) el vocero de esta entidad Juan Pablo Vergara afirma que las causas es el desempleo que ocurrió en esa época para los chilenos, obligados a reinventarse, lo que ha aconteció que muchos salgan a buscar nuevas oportunidades de empleo en aplicaciones de delivery, adquiriendo motos de baja cilindrada, representó una alta rentabilidad y menor inversión, por la mayor liquidez tras los retiros, agregó que era una buena alternativa para mantener distancias entre las personas debida a la pandemia (EMOL, 2022). Para el año 2022 se vendieron más de 50.000 unidades manteniendo la tendencia del año posterior y para el año 2023 se vendieron alrededor de 28.000 unidades, muy por de bajo, comparándolos por sus años anteriores (Autocosmos, 2024), debido al aumento en las ventas de motocicletas, los accesorios necesarios para utilizar este medio de transporte aumento de manera proporcional.

En la siguiente memoria, se realizará un análisis de mercado con el fin de investigar los insumos utilizados en las motocicletas. Este estudio tomará en cuenta las ventas de motocicletas, la investigación sobre el mantenimiento de estas, así como otros insumos que los usuarios consumen y aquellos que puede ser recomendados por los fabricantes.

OBJETIVOS.

1.1 OBJETIVO GENERAL.

El objetivo principal de este estudio es evaluar económicamente la factibilidad en la creación de un emprendimiento e-commerce dedicada en la venta de insumos para motocicletas en Chile.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Objetivo 1: Analizar e investigar el mercado de las motocicletas, identificando la cantidad de motocicletas vendidas en Chile y cuál es el segmento que más se han vendido en los últimos años en Chile.

Objetivo 2: Realizar un análisis para identificar los insumos clave necesarios para el mantenimiento adecuado de una motocicleta, investigar y determinar los elementos esenciales que garantiza un buen funcionamiento y la prolongación de su vida útil.

Objetivo 3: Diseñar un plan de negocios para la venta insumos, basado en los diferentes análisis realizados para que este sea económicamente rentable.

ALCANCE DEL ESTUDIO.

El presente estudio se desarrollará un plan de negocio en respuesta al aumento en las ventas del mercado de motocicletas desde la pandemia (2021 en adelante), donde también se ha experimentado un crecimiento en la demanda de repuestos para el mantenimiento de estas. El enfoque principal estará dirigido a todas las personas en Chile que poseen una motocicleta, las que buscan insumos necesarios

para el mantenimiento de sus motocicletas. Este plan de negocio se centrará en ofrecer los mejores productos de alta calidad.

En base a lo mencionado, se llevará a cabo un estudio de mercado con el objetivo de identificar cuáles son las motocicletas más vendidas en el mercado, lo que permitirá conocer los repuestos que estos usuarios requieren con mayor frecuencia. A partir de esta información, se segmentará el mercado según el tipo de motocicleta y su cilindrada, lo que permitirá definir las métricas necesarias para seleccionar correctamente los accesorios e insumos de mantenimiento que se incluirán en el plan de negocios. Además, se llevará a cabo una investigación sobre cuál es el elemento más importante para el mantenimiento adecuado de las motocicletas, asegurando que nuestra oferta cubra las necesidades reales de los usuarios.

Para garantizar el éxito del negocio en la venta de repuestos para motocicletas, se diseñará un plan de operaciones completo y detallado que abarcará todos los aspectos fundamentales del negocio, desde la logística y la gestión de las compras de productos, hasta la implementación de una estrategia de marketing sólida y bien estructurada. Este plan también incluirá un análisis financiero exhaustivo, que ofrecerá una visión clara del tamaño y las proyecciones económicas del proyecto, permitiendo evaluar su rentabilidad y viabilidad a largo plazo.

El enfoque metodológico que se empleará en este plan de negocio para la investigación de mercado será tanto descriptivo como exploratorio. La metodología descriptiva jugará un papel crucial en el desarrollo en el plan de negocios, ya que permitirá obtener información detallada sobre las preferencias y comportamientos de los consumidores, así como sobre los modelos de negocio existentes en el sector de venta de accesorios para motocicletas en Chile. Junto con este enfoque descriptivo, se utilizará también un enfoque explicativo, que ayudará a comprender las razones detrás de las tendencias observadas en el mercado y a identificar las oportunidades más prometedoras. De esta manera, se podrá recopilar información valiosa sobre las necesidades y expectativas de los clientes, lo que permitirá diseñar estrategias de negocio más efectivas y adaptadas a la demanda real del mercado. Esta información servirá como principio para la construcción de nuestra propuesta

metodológica y posterior aplicación, con base en el nuestro estudio de mercado (ELCIUDADANO, 2023).

ESTADO DEL ARTE.

1.3 ANTECEDENTES DEL ESTADO DEL ARTE.

1.3.1 Evolución de las motocicletas, y su llegada a Chile.

La historia de las motocicletas se remonta para los años 1867 cuando Calixto invento el primero motor con cilindro a vapor que lo adaptó a una especie de bicicleta, luego para el año 1876 el ingeniero alemán Nikolaus, inventó el primer motor de combustión interna, el origen de los motores que se utilizan en la actualidad. Para el origen de la primera motocicleta, el ingeniero alemán Daimler fabricó la primera motocicleta con motor de combustión interna en el año 1885, vehículo que cumplía con las características de una, con un cuadro de madera, dos ruedas cuya transmisión era a la rueda trasera con una correa y con un sillín parecido a una silla de montar (Rastreator, 2023).

La evolución de las motocicletas durante todos estos años ha ido en ascenso evolucionando los motores de diferentes tipos (2 o 4 tiempos) de diferente cilindrada y distintos tipos de motocicletas, intentando adaptar a todo público para diversos propósitos.

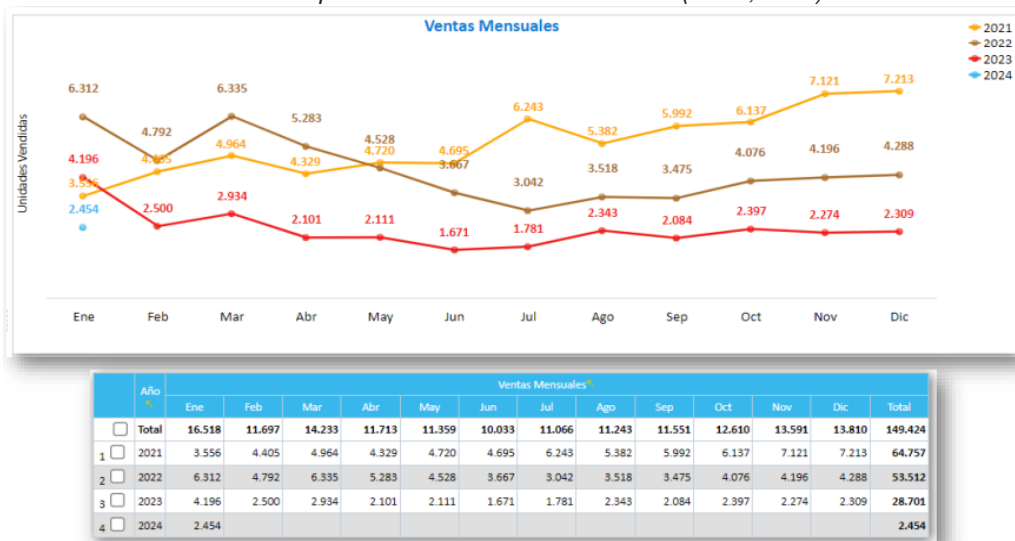
Las primeras motocicletas llegaron al país con la migración posterior a la primera guerra mundial que venían principalmente de Europa, poco a poco empezó a evolucionar y fue ganando seguidores como medios de transportes más económicos con respecto a los automóviles. Evolucionando asimismo las ventas durante todos los años con la llegada de distintas empresas con distintos modelos para todo público.

1.3.2 Mercado de motocicletas en Chile.

Con el aumento exponencial post pandemia en la venta de nuevas motocicletas en Chile, debido a varios factores mencionados anteriormente, este lleva consigo la demanda de artículos relacionados con en este tipo de mercado, como por ejemplo lubricantes, repuestos, accesorios tanto como para los pilotos y motocicletas. A continuación, se muestra las ventas de motocicletas nuevas vendidas en Chile durante los años 2021 hasta enero 2024, en donde se tomará en cuenta para efectos del estudio de mercado hasta diciembre 2023, estos datos serán de relevancia, ya que se podrá segmentar con variables exclusivamente del mercado para mayor importancia.

Ilustración 1: Ventas mensuales de motocicletas nuevas en Chile 2021 hasta enero 2024

Fuente 1: Asociación Nacional de Importadores de Motocicletas ANIM (ANIM, 2024).



Total, ventas de motocicletas nuevas.

2021: 64.757

2022: 53.512

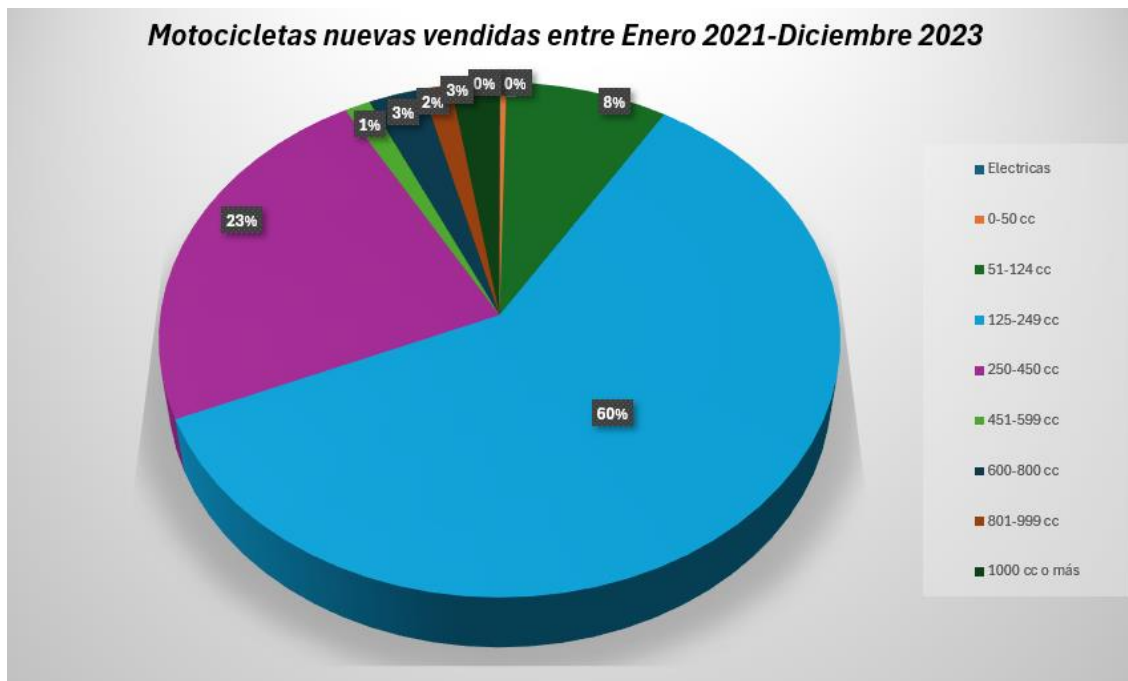
2023: 28.701

Para el año 2023, hay un total de 11.609.028 motocicletas inscritas en Chile registradas y activas en RUNT (Portafolio, 2024).

1.3.3 Segmento por cilindrada.

Para nuestra investigación de mercado, primeramente, se tomará en cuenta las motocicletas más vendidas entre enero del año 2021 y diciembre del año 2023. En la siguiente ilustración observaremos el porcentaje de motocicletas vendidas segmentadas por cilindrada, en donde, se observará que aproximadamente el 60% de las motocicletas vendidas durante el transcurso de los últimos 3 años corresponde a las motocicletas de 125cc a 249cc (centímetros cúbicos) que pertenece a +85.000 unidades vendidas en un universo de +145.000 motocicletas, seguida de un 23% correspondiente a 250cc a 450cc y un 8% en motocicletas de 51cc a 124cc.

Ilustración 2: Ventas de motocicletas nuevas entre enero 2021 y diciembre 2023.



Fuente 2: Elaboración propia en base a información entregada por Asociación Nacional de Importadores de Motocicletas (ANIM, 2024).

En las ventas de motocicletas durante los últimos 3 años, lideraron principalmente dos marcas, Honda y Yamaha con aproximadamente un 20% del mercado cada una, seguido por Bajaj con un 8% (ANIM, 2024).

1.3.4 Partes de una motocicleta.

Cada motocicleta, ya sea de baja, mediana o alta cilindrada, requiere mantenimiento preventivo y reemplazo de ciertas piezas para prolongar su vida útil y asegurar su funcionamiento adecuado. A diferencia de otros vehículos, las motocicletas necesitan una revisión periódica de estos componentes, con algunos de ellos requiriendo más atención que otros. Generalmente, cualquier motocicleta cuenta con los siguientes elementos principales: el motor, la parte ciclística, el sistema eléctrico y la carrocería.

1.3.4.1 Parte Motriz

El motor es el corazón de cualquier vehículo a combustión, el motor genera la energía necesaria para propulsar el tipo de vehículo. En este caso las motocicletas, cuentan con dos tipos, que serían 2 y 4 tiempos, que esta última es la más común para el uso de calle, cumpliendo las normas de contaminación por gases tóxicos.

El motor de una motocicleta tiene diferentes partes, primeramente, está el bloque de motor en donde están todas las partes mecánicas de una moto: Pistón, biela, cigüeñal, árbol de levas, válvulas, culatas, sistema de embrague, cilindro, válvulas, en donde estas dos últimas se genera la mezcla de combustible con oxígeno, que una vez que se haya hecho la explosión se expulsan por el sistema de escape, que generalmente conecta una línea de escape con el motor hasta el silenciador donde finalmente se liberan los gases de la explosión.

Uno de los elementos más cruciales a la hora de alargar la vida útil de las motocicletas en las partes mecánicas es el sistema de lubricación, que es la encargada de lubricar y enfriar las piezas móviles del motor, evitando o disminuyendo lo más mínimo la fricción de estas, es por eso que comúnmente se dice que el aceite de motor es una de las partes donde más se tiene que tener cuidado a la hora de hacer una mantención periódica a ésta, teniendo en cuenta el tipo de aceite, el nivel adecuado y calidad del aceite que recomiende el fabricante.

Hay que añadir que en la parte motriz está el sistema de transmisión, en donde el motor transfiere la potencia hacia la rueda trasera que permite el movimiento de la motocicleta, existen dos tipos de transmisión que ocupan las motocicletas, que es el cardan y el más común en las motos de calles tanto bajo, como alta cilindrada es la cadena, con diferente medida según fabricante.

1.3.4.2 Parte ciclística

Mantener una mantención adecuada en la parte ciclística de una motocicleta es esencial para un manejo seguro para el piloto y buen funcionamiento de la moto.

Está compuesta por el chasis, que es la estructura principal en donde se sostiene todos los elementos de la motocicleta, también se considera las suspensiones delanteras y trasera.

En esta estructura también está el manillar y dirección de la motocicleta, que está el sistema de control de la motocicleta, donde se encuentra los puños que en el lado derecho se encuentra el acelerador, la manilla de freno delantero al lado derecho, con el pedal de freno trasero en el mismo lado y manilla de embrague para motos con marcha en el lado izquierdo, con el pedal de cambio en el mismo lado.

Finalmente, se encuentra los neumáticos delanteros y traseros, con sus respectivos sistemas de frenado, el sistema funciona con la fricción entre el disco de frenado y pastillas, una de las piezas fundamentales a revisar periódicamente, porque este hace el trabajo de frenar la motocicleta de manera eficiente y segura.

1.3.4.3 Parte eléctrica

La batería es otra de las partes fundamentales de la motocicleta para su funcionamiento, es la encargada de dar energía eléctrica para diferentes funciones que tiene la motocicleta, como, por ejemplo, el encendido, también tiene que ver con todo el sistema eléctrico de la motocicleta. Existen muchos tipos de batería para

motocicleta, esto dependerá del fabricante cual es la potencia requerida para que la motocicleta mantenga su correcto funcionamiento.

1.3.4.4 Carrocería

Finalmente, está la carrocería de la moto, que no solo tiene un impacto en la estética de la moto, sino que genera seguridad y comodidad al piloto a la hora de su conducción, aquí podemos encontrar el estanque de combustible, el asiento de piloto y copiloto, los carenados de motocicletas que le dan la estética a la motocicleta que cumple con proteger algunas partes de esta que no se pueden exponer por ejemplo a las humedades directamente, los espejos retrovisores, otros accesorios que se pueden agregar a gusto del conductor, como portaequipaje, topes para las caídas y proteger piezas fundamentales, etc. (MotoManíaClub, 2023)

1.3.5 Equipamiento obligatorio y recomendados para pilotos.

Para circular en motocicleta en el territorio chileno, hay varios elementos que son obligatorios impuestos por la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito (CONASET) para la seguridad del piloto y del acompañante, son elementos para la motocicleta y para el conductor, igualmente hay elementos no obligatorios que son recomendable por la misma entidad.

Elementos de seguridad que tienen que usar los motociclistas.

Obligatorios:

Casco reglamentario, sujeto a la barbilla mediante hebilla o trabas que aseguren la cabeza de el o los ocupantes.

Protección ocular, que puede consistir en anteojos o parte integra del casco (mica de casco).

Guantes de material resistente al roce, que cubra la mano completa incluyendo los dedos.

Calzado cerrado que cubra el pie, preferentemente con planta antideslizante.

Ropa que cubra totalmente piernas y brazos, preferentemente de material resistente al roce.

No obligatorios (Recomendado): Chaquetas, protegen el torso y los brazos. La mayoría de los modelos incluye acolchado o protecciones especiales en los codos, columna y hombros.

Airbag de chaleco o chaqueta, que puede ser de activación mecánica o activación electrónica.

Usar elementos reflectantes o fluorescente en la ropa del motociclista al golpearse contra el suelo, estas pueden ser de hombro, rodilla, codo, espalda, cabeza, etc.

Elementos de seguridad obligatorios de las motocicletas.

Apoya pies, para conductor y pasajero, lo que podrán ser retractiles.

Reflectante lateral delantero de color ámbar, trasero lateral de color rojo.

Sistema que encienda automáticamente y encienda el foco delantero cada vez que el motor sea puesto en marcha.

Además, hay elementos de seguridad en la motocicleta que deben cumplir con estándares establecidos por las normas internacionales, un proceso que se realiza durante el proceso de homologación (Ministerio de Transporte).

Dispositivos de retención para pasajeros (correa o asideros para pasajeros) retrovisor (en ambos costados), buen desempeño de frenos, depósito de combustible, mandos, testigos e indicadores varios, comúnmente en el mando y luces (Ministerio de Transporte).

1.3.6 Mantenimiento para una motocicleta

El mantenimiento consiste en un conjunto de acciones destinadas a asegurar que un elemento, instalación o equipo siga operando correctamente. Este puede ser de dos tipos: preventivo o correctivo:

Mantenimiento preventivo: Se lleva a cabo en equipos que están en funcionamiento, con el objetivo de evitar fallas y extender su vida útil. En el caso de los vehículos, implica realizar revisiones periódicas para prevenir daños y mejorar su durabilidad.

Mantenimiento correctivo: Se realiza en equipos que han dejado de funcionar o están dañados, con el propósito de repararlos o restaurarlos a su estado operativo. (Wikipedia, 2024)

Al igual que cualquier otro vehículo, las motocicletas también requieren un mantenimiento regular. La frecuencia con la que debe realizarse depende del modelo, la marca y el kilometraje recorrido, generalmente está indicada por el fabricante en el manual del usuario. Por lo común, el primer servicio se efectúa a los 500 kilómetros, ya que el motor está en su proceso de asentamiento y es necesario hacer los ajustes adecuados para asegurar su correcto funcionamiento. Después de esto, se suele realizar una nueva revisión a los 10,000 kilómetros o, alternativamente, una vez al año, lo que ocurra primero.

Es especialmente importante prestar atención al mantenimiento de una moto usada o modificada. En estos casos, más allá de seguir estrictamente las indicaciones del fabricante, es esencial estar alerta a cualquier señal de fallas, como ruidos anómalos o un comportamiento extraño del motor, ya que las modificaciones pueden alterar su rendimiento original.

Además, es fundamental recordar que, sin importar si la motocicleta se utiliza con frecuencia o no, realizar el mantenimiento de manera regular es clave para prolongar su vida útil y, lo más importante, para prevenir accidentes. Un adecuado mantenimiento asegura que la moto se mantenga en buen estado, contribuyendo a la seguridad del conductor y de las personas que lo rodean.

En este contexto, el aceite es un componente esencial para el óptimo funcionamiento de las motos, desempeñando varias funciones clave que mejoran el rendimiento, protegen el motor y aseguran su durabilidad.

Funciones principales del aceite en una moto:

1. **Lubricación:** El aceite actúa como una capa protectora entre las piezas metálicas del motor, como los pistones y cilindros, reduciendo la fricción y previniendo el desgaste prematuro. Esto asegura que el motor funcione de manera eficiente y prolonga su vida útil.
2. **Protección:** Además de la lubricación, el aceite protege las partes internas del motor contra la corrosión y la herrumbre. Esto es crucial, ya que las condiciones climáticas en Chile pueden variar, el aceite ayuda a evitar daños causados por factores como la humedad, el calor o el polvo.
3. **Control térmico:** El aceite también desempeña un rol fundamental en la regulación de las temperaturas del motor, disipando el calor generado, especialmente a altas revoluciones, evitando el sobrecalentamiento del motor.
4. **Agarre de frenos:** Aunque el aceite no se utiliza directamente en el sistema de frenos, ayuda a proteger los discos y otros componentes, evitando su desgaste prematuro y mejorando la seguridad al prevenir que los frenos patinen.

Otros cuidados esenciales para el mantenimiento de la moto: Además de un adecuado mantenimiento del aceite, existen otros elementos que requieren atención regular para garantizar el buen estado de la moto:

Cadena: Es importante mantener la cadena limpia y bien lubricada para evitar ruidos y desgaste excesivo, lo que podría afectar la transmisión de la moto.

Pastillas de freno: Las pastillas deben ser revisadas periódicamente para asegurar que aún tengan suficiente material de fricción, ya que su desgaste compromete la eficiencia del sistema de frenos.

Pintura: La pintura de la moto también necesita cuidados, como la aplicación de ceras protectoras o el uso de fundas, para prevenir daños por la exposición al sol, agua o productos químicos.

Líquidos y filtros: Es esencial revisar otros líquidos importantes, como el refrigerante y el líquido de frenos, además de cambiar los filtros de aire y de aceite según las indicaciones del fabricante.

Selección del aceite adecuado: Elegir el aceite correcto para cada tipo de moto es fundamental. Los aceites recomendados para motocicletas suelen tener una mayor viscosidad que los aceites de autos, como los 5W-40, 10W-40, 10W-50 y 20W-50. Estos aceites están formulados para resistir las altas temperaturas y cargas mecánicas propias de los motores de moto. La viscosidad ideal dependerá del tipo de moto, las condiciones de conducción y el clima (VedaMotors, 2023).

El aceite es esencial para el motor, ya que refrigera, limpia y protege las piezas. Realizar cambios periódicos de aceite y revisar su nivel según las indicaciones del fabricante ayuda a prevenir averías costosas. Es recomendable cambiar también el filtro de aceite para evitar que los residuos obstruyan la circulación del lubricante.

Las consecuencias de no cambiar el aceite son:

1. **Desgaste prematuro:** Sin la protección del aceite, las piezas se desgastan más rápido, lo que acorta la vida útil de componentes más costosos y reduce la efectividad del lubricante.
2. **Gripado del motor:** La falta de lubricación adecuada puede hacer que las piezas del motor se agarroten debido al calor y desgaste, lo que resulta en daños graves y costosos.
3. **Rotura de los casquillos de la biela:** El aceite protege los componentes internos del motor. Si no se cambia a tiempo, el sobrecalentamiento por fricción puede dañar piezas críticas.

4. Ruidos por falta de lubricación: El aceite evita el contacto directo entre piezas metálicas. Si el aceite está en mal estado, el desgaste genera limaduras metálicas que dañan otras partes del motor.

El cambio de aceite es una tarea sencilla y económica que puede prevenir daños mayores. Es fundamental realizarla para asegurar el correcto funcionamiento del motor y evitar reparaciones costosas. Siempre es recomendable consultar con un profesional si surge alguna duda.

1.4 MARCO TEÓRICO DEL ESTADO DEL ARTE

1.4.1 Plan de negocio

Un plan de negocios es un documento en el que se plantea un nuevo proyecto centrado en un bien, servicio o en el conjunto de una empresa, que sirve para planificar objetivos y actividades del negocio, que define en cuanto tiempo y como lograrlo (Economipedia, 2020).

La elaboración de un plan de negocio es fundamental cuando se lanza un nuevo producto o servicio al mercado, para lograr los objetivos propuestos, un buen plan de negocio tiene que abarcar todos los aspectos y factores principales que conforman el proyecto a analizar, así mismo, deberá estar correctamente organizado para su rápida y eficiente consulta (Economipedia, 2020).

Para la estructura de un plan de negocio de una nueva empresa, se tiene en cuenta un modelo para este objetivo: Resumen ejecutivo, formulación de la idea de negocios, análisis de la oportunidad, presentación del modelo de negocio, análisis del entorno, análisis de la industria, del mercado y de la demanda, plan estratégico, plan de marketing, plan de operaciones y evaluación económica del proyecto (Weinberger, 2009).

Un resumen ejecutivo condensa los aspectos esenciales de un plan de negocio. Incluye el nombre y sector de la empresa, la necesidad que aborda, los productos

o servicios ofrecidos, proyecciones económicas, detalles sobre clientes, competidores y usuarios. Es una visión panorámica que brinda a los interesados una comprensión rápida y completa del proyecto empresarial (Weinberger, 2009).

Cuando se crea un plan de negocios para evaluar una nueva empresa, todo comienza con la idea de negocio. Esta idea surge de dos procesos de innovación diferentes: uno basado en el análisis del entorno empresarial y otro en las habilidades del equipo. En el primer enfoque, el emprendedor busca oportunidades en sectores en crecimiento. En el segundo, se parte de las fortalezas del equipo emprendedor (Weinberger, 2009).

En el análisis del entorno se tiene como objetivo identificar los factores externos que afectan a la empresa o puede ser afectada, estos son: factores económicos, factor socioeconómico, factores políticos y legales, factores ambientales y factor tecnológico, estos se deben tener en cuenta a la hora de la implementación del plan de negocio, ya que, puede impactar a la empresa de manera positiva o negativa (Weinberger, 2009).

Cuando se habla de industria, se entiende que es el conjunto de empresas que fabrican productos que sean sustitutos cercanos o compitan entre ellos, una buena estrategia es estudiar el modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter (Weinberger, 2009):

Las 5 fuerzas de Porter son:

1. Amenaza de entrada de los nuevos competidores
2. Poder de negociación de los proveedores
3. Poder de negociación de los clientes
4. Rivalidad entre competidores
5. Amenaza de productos sustitutos

1.4.2 Plan de ventas y marketing

Cada estrategia planificada debe incluir objetivos claros, en el contexto del plan de marketing, el primer objetivo primordial es el incremento de las ventas. Este objetivo de ventas se fundamenta en diversos factores, como la estimación de la demanda realizada en el estudio de mercado, las proyecciones y aspiraciones del empresario, así como la capacidad operativa y financiera de la empresa. Es esencial establecer este objetivo tanto en términos monetarios como en unidades específicas, garantizando así una visión precisa y alcanzable para impulsar el crecimiento y desarrollo del negocio (Weinberger, 2009).

Para este plan de negocio se tendrán en cuenta:

1. Las 4P para posicionar los productos en el mercado objetivo (Product, place, price, promotion).
2. Descripción del producto o servicio.
3. Estrategia de precio.
4. Estrategia de distribución o plaza.
5. Estrategia de promoción.
6. Estrategia de servicio al cliente o posventa.
7. Estrategia de posicionamiento.

También para el plan de marketing, hay diversas estrategias en nuestro plan de negocios que no solo ofrecen una visualización única, sino que también complementan eficazmente el enfoque en el mercado. Aunque no son obligatorias, son excelentes complementos y contribuyen significativamente a nuestro plan de negocio. Algunas estrategias típicas que proporcionan una visión clara del mercado son el modelo CANVAS, el análisis FODA y la cadena de valor.

1.4.2.1 Modelo CANVAS

El modelo CANVAS es una herramienta, que facilita la creación de nuevos modelos o líneas de negocio a través de un análisis de distintos aspectos que serán clave

para sacar adelante el proyecto. Esta debe contener los siguientes elementos (Osterwalder & Pigneur, 2015).

1. Segmentos de clientes
2. Propuesta de valor
3. Canales de distribución
4. Relaciones con el cliente
5. Flujos de ingresos
6. Recursos claves
7. Actividad clave
8. Red de asociados
9. Costes económicos

1.4.2.2 Cadena de Valor

La cadena de valor es una herramienta que nos ayuda a comprender cómo una empresa desarrolla su ventaja competitiva, es decir, cómo se distingue de sus competidores.

La cadena de valor muestra todas las actividades clave que una empresa lleva a cabo, desde el diseño de un producto hasta su entrega al consumidor final. Al observar este reflejo, las empresas pueden identificar claramente dónde están invirtiendo más recursos, dónde pueden optimizar costos y cómo pueden ofrecer algo único que las diferencie de otras empresas.

En la cadena de valor de una empresa se pueden diferenciar dos tipos de actividades:

Las actividades primarias: Un grupo de acciones enfocadas en la elaboración física de cada producto y el proceso de transferencia al comprador. Esta identifica la logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas, servicio.

Las actividades de apoyo: Son un soporte de las primarias. Se distinguen las siguientes: Infraestructura de la organización, dirección de recursos humanos, desarrollo de tecnología y compras (Economipedia, 2017).

1.4.2.3 Análisis FODA

El análisis FODA (o DAFO) es una herramienta estratégica utilizada para evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una organización o proyecto, con el fin de desarrollar estrategias efectivas.

1. Fortalezas: Factores internos que dan ventaja, como capacidades destacadas o recursos valiosos.
2. Debilidades: Áreas internas que necesitan mejora o donde la organización es menos competitiva.
3. Oportunidades: Factores externos que pueden ser aprovechados para el beneficio de la organización.
4. Amenazas: Factores externos que representan riesgos o desafíos para el éxito.

Este análisis permite identificar áreas de mejora, aprovechar ventajas competitivas y anticiparse a posibles problemas, ayudando en la toma de decisiones estratégicas. (Asana, 2023).

1.4.3 Plan de operaciones/logística

Los objetivos del proceso de producción deben ser determinados considerando tanto la demanda prevista como la capacidad de producción disponible. Para lograr esto, se implementarán procesos y métricas que faciliten la planificación de las actividades empresariales (Weinberger, 2009).

Para una empresa en marcha o una nueva empresa, es necesario planificar todas aquellas actividades que deben desarrollarse antes de iniciar la producción de bienes y servicios:

1. Diseño y prueba de producto o servicio.
2. Aspectos técnicos del producto o servicio.
3. Determinación de la ubicación de la empresa.
4. Diseño y distribución de las instalaciones.
5. Proceso de producción del bien.

(Weinberger, 2009)

1.4.4 Plan financiero

El plan financiero desempeña un papel crucial al permitir:

- Calcular los recursos económicos requeridos para ejecutar el plan de negocio.
- Estimar los costos totales del negocio, incluyendo los de producción, ventas y administración.
- Determinar la inversión inicial necesaria para iniciar el negocio.
- Identificar las necesidades de financiamiento.
- Evaluar las distintas fuentes de financiamiento, analizando las ventajas y desventajas de cada opción.
- Proyectar los estados financieros para guiar las operaciones de la empresa una vez que esté en funcionamiento.
- Evaluar la rentabilidad económica y financiera del plan de negocio.

Para ello, debe incluir los siguientes aspectos clave relacionados con la parte económica de un plan financiero:

1. Datos relevantes para las proyecciones.
2. Análisis político y financiero.
3. Análisis de costo.

4. Punto equilibrio financiero.
5. Adquisición de materiales e insumo de la producción.
6. Inversión inicial.
7. Capital de trabajo.
8. Fuentes de financiamiento.
9. Proyección de flujo de caja.
10. Análisis de rentabilidad.
11. Estado de ganancias y pérdidas proyectado de la empresa.
12. Balance general proyectado de la empresa.
13. Análisis de rentabilidad y riesgo.

(Weinberger, 2009)

PROPUESTA METODOLÓGICA

Para la propuesta metodológica en nuestro proyecto, se analizará de manera cuantitativa, en donde se buscará complementar la información de nuestro estado del arte, para eso se buscarán mayores fuentes de investigación, que nos ayudarán en nuestros objetivos.

Como primer punto para evaluar nuestro plan de negocios, debemos tener en cuenta nuestro entorno, para eso, una de las herramientas claves que nos pueden ayudar es un análisis PESTEL, que nos ayudará a considerar factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales. Para el desarrollo de este análisis se recurrirá a información de diferentes fuentes que nos ayudaran a tener una comprensión más clara para la evaluación del proyecto.

El análisis de la industria también es uno de los puntos a tener en consideración a la hora en la evaluación de un proyecto, objetivos propuesto etc. Para eso, una de las herramientas que tenemos a nuestra disposición, como se mencionó con anterioridad son las 5 fuerzas de Porter. Esto nos ayudará para analizar a los

competidores principales que se encuentran en el mercado, el poder de exigencia que tienen nuestros clientes, el poder de negociación de nuestros proveedores y los posibles sustitos del mercado.

Nos apoyaremos del análisis FODA, así podemos evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para nuestro proyecto. En donde, se identificarán los factores externos que afectan al negocio e identificar los recursos claves, así aprovechar las fortalezas y las oportunidades, también mantener en consideraciones las debilidades y amenazas que existan.

Complementando, el modelo CANVAS nos servirá para identificar los aspectos esenciales en el modelo de negocios, presentándonos de manera estructurada, para poder entregar las actividades claves que son relevantes, este modelo nos da un enfoque visual a los puntos clave que debemos tener en cuenta. Estas se dividen en 9 bloques: Segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, fuente de ingresos, actividades clave, recursos clave, asociaciones clave y estructura de costos.

Siguiendo la estructura del plan de negocios propuesto por Weinberger y detallado en el marco teórico del estado del arte, procedemos ahora con el plan de marketing.

En ésta, se realizará el respectivo plan de marketing y de ventas, se instaurará la estrategia comercial de negocio y cuál será el presupuesto que se destinará, para poder posicionar nuestra marca, por consiguiente, la estrategia de ventas.

Segundo, el siguiente plan a realizarse será el del operación, logística y recursos humanos, en este apartado se definirá el proceso de compra, almacenamiento y distribución de los productos. Esto involucra todo lo que se necesitará para la compra y venta de los productos, recurso humano, financiero, proveedores, los canales de distribución y el canal de ventas.

Tercero, el último plan que se realizará es el financiero, en donde se abordará el presupuesto inicial, en donde se incluirá todo el capital inicial que se requerirá para poner en marcha el plan, esto incluirá la compra de productos, plan de marketing,

operaciones, las fuentes de financiamiento, la proyección del flujo de caja y rentabilidad que tendrá el negocio.

Finalmente, como primer ítem que tendremos en cuenta en la aplicación de la metodología, pondremos el origen, nombre, logo, slogan, misión y visión de la marca.

APLICACIÓN METODOLÓGICA

1.5 Presentación de la empresa

1.5.1 Origen y motivación de la marca

La idea surgió debido al notable aumento en la circulación de motocicletas en Chile, un fenómeno impulsado principalmente por la situación postpandemia. Este incremento en el número de motocicletas ha generado una demanda creciente de productos y accesorios relacionados con el motociclismo. Al mismo tiempo, se ha observado que los costos de mano de obra para ciertos trabajos de mantenimiento y reparación se han vuelto más elevados, lo que ha llevado a los propietarios de motocicletas a buscar alternativas para cuidar y prolongar la vida útil de sus vehículos. Como motociclista, he experimentado en carne propia el aumento de precios en los últimos cuatro años, especialmente al tratar de realizar las mantenciones de mi moto por mi cuenta. Este proceso implicó mucha investigación, aprendizaje y, sobre todo, una constante búsqueda de ahorro, mientras veía cómo los precios de los insumos y servicios subían en todos los sectores de la economía.

Estas experiencias me hicieron reflexionar sobre la necesidad de crear una solución accesible para los motociclistas, que no solo les permitiera obtener los productos y repuestos necesarios para sus vehículos, sino también ofrecerles una alternativa que se adaptara a sus presupuestos. Mi vivencia personal y el contexto general del mercado me llevaron a la decisión de emprender un nuevo proyecto que permita a los usuarios acceder a productos de alta calidad, a precios competitivos, todo ello desde la comodidad de su hogar, sin necesidad de desplazarse a una tienda física.

La intención es brindar un servicio que facilite la vida de los motociclistas, ofreciéndoles lo mejor en repuestos y accesorios, mientras se ajusta a las necesidades económicas de cada persona.

1.5.2 Nombre de la marca

Este será "wolfgang_bike", esto será porque Wolfgang es nombre inspirado por lobo en inglés y el agregado de gang como una banda, dando a saber que el mundo de las motocicletas es una comunidad, por otro lado, el agregado de bike, aunque su traducción al español no sea motocicleta, en el universo de las motocicletas, se les hace referencia a ellas.

1.5.3 Logo y slogan de la marca



Imagen 1: Logo Wolfgang_bike

Slogan: "Protege tu moto con repuestos de calidad, ¡siente la diferencia en cada kilómetro!"

1.6 Análisis del Entorno

1.6.1 Análisis PESTEL

1.6.1.1 Factor Político

Inestabilidad política: Según la encuesta CADEM, para el 21 de julio del año 2024, revela que el presidente, Gabriel Boric a través de la crisis de seguridad que atraviesa el país, cae 4 pts su aprobación al 31%. Para su mandato, el 61% desapruueba su gestión, el resto no opina/omite su respuesta. (CADEM, 2024). Si bien, la política, no debiese tener consecuencias en los mercados, la realidad es que, si puede afectar de manera indirecta, sobre todo para los inversores, que se dan cuenta que una inestabilidad política, otros factores pueden afectar significativamente la economía en Chile.

En materia para los emprendedores, el gobierno de Chile tiene algunos programas que van destinados a la ayuda de estos, en donde, estos organismos en su mayoría cooperan de manera económica, algunos de los entes más reconocidos pueden ser como el capital semilla, el programa “Yo emprendo”, Capital Abeja, programa “The S Factory” y CORFO son algunos de los programas más importantes que existen actualmente (Smart Placement, 2019).

1.6.1.2 Factor Económico

Según el informe político monetario del banco central de Chile para junio del año 2024, la economía chilena ha seguido retomando una trayectoria de mayor crecimiento y ha corregido sus desbalances significativos.

El consumo volvió a crecer en el primer trimestre del año, mientras la inversión, si bien continúa débil, detuvo la fuerte caída que mostró durante el segundo semestre de 2023.

El mercado laboral también muestra un desempeño algo mejor, con una mayor generación de empleo y un crecimiento de los salarios.

Con esto ha permitido que la inflación (IPC) se mantenga en torno al 3.5%, si bien esta se mantiene en un porcentaje adecuado para los expertos, aseguran que, para los próximos meses la inflación debería aumentar, debido al aumento en las tarifas en la electricidad, el cual debería aumentar entorno al 4.2% a final de año (Banco Central, 2024).

En junio, las tasas de interés de los créditos comerciales, de consumo y comercio exterior disminuyeron a 10,0; 24,9 y 6,7% (mayo: 11,2; 25,3 y 6,8%), respectivamente (Banco Central, 2024).

Finalmente, aunque la evaluación del banco central, de un estimado en el IPC del 3,5% para el mes de junio, la moneda nacional con respecto al dólar, durante los últimos meses estaría fluctuando entre 920-980 pesos, esto dependiendo de los mercados financieros y externalidades que podrían afectarle de manera directa o indirecta (DF Diario Financiero, 2024).

1.6.1.3 Factor Social

La cultura en Chile está experimentando una creciente influencia global, resultado directo de la globalización, lo que ha facilitado la adopción de diversas tendencias internacionales en la vida cotidiana del país. Este fenómeno ha permitido que las tendencias y modas locales se vean enriquecidas con influencias extranjeras, generando un mestizaje cultural cada vez más presente en la sociedad chilena. Además, Chile se caracteriza por su notable diversidad cultural, un aspecto que ha crecido de manera significativa debido al aumento en la inmigración proveniente de diferentes partes del mundo. Este flujo migratorio ha promovido la integración de personas con diversos orígenes, costumbres y tradiciones, lo que a su vez ha favorecido un ambiente más abierto y pluralista en el que se valoran y respetan las diferencias culturales.

Esta diversidad ha generado un contexto de mayor respeto y tolerancia hacia las preferencias individuales, permitiendo que las personas se expresen libremente y

se identifiquen con diferentes influencias culturales. Además, en la actualidad, las celebridades y lo que se denomina “influencers” tienen un papel cada vez más destacado, especialmente entre los jóvenes. Estos personajes, con sus vastas audiencias en redes sociales, han logrado ejercer una influencia significativa sobre las decisiones de compra y las preferencias de consumo de las nuevas generaciones. Gracias a sus grandes bases de seguidores, los influencers no solo promueven productos, sino que también influyen en los gustos y en la percepción de las tendencias del momento, apoyando diversas causas y estilos de vida que terminan marcando la pauta en la cultura popular.

1.6.1.4 Factor Tecnológico

E-commerce: De acuerdo con la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), las proyecciones para este 2024 son positivas, sobre todo luego de dos años de caída producto de la recesión económica que afectó en mayor o menor medida a todo el mundo.

En este sentido, se prevé que las ventas, tanto de bienes como servicios, superen los 11.000 millones de dólares en este 2024, lo que representaría un crecimiento del 8%, cifra que se espera que para 2025 y de allí en adelante, recupere los dos dígitos (Ionix, 2024).

En este sentido, las redes sociales cumplen un papel fundamental a la hora de emplear el comercio electrónico, gracias a la gran afluencia de público global que puede atraer, ya que, para los emprendimientos de comercios electrónicos (ecommerce), su manera de llegar al público, hacer publicidad, vender, etc.

1.6.1.5 Factor Ecológico

Los aceites lubricantes usados o aceites vencidos son tipificados como un Producto Prioritario por la Ley de Reciclaje (o “Ley REP”) y, además, se clasifican como un residuo peligroso que puede presentar la característica de toxicidad crónica,

sean procedentes de vehículos o maquinaria en Chile, más del 40% de los aceites lubricantes usados no se gestionan adecuadamente, según las últimas cifras proporcionadas por la Asociación Nacional de la Industria del Reciclaje. Esto provoca daños irreversibles en diversos ecosistemas y en el medio ambiente en general. Además, su quema no controlada genera gases de efecto invernadero que contribuyen al calentamiento global, así como gases tóxicos que afectan inmediatamente la salud de las personas cercanas.

La mala disposición de los aceites lubricantes usados tiene graves consecuencias. Cuando el aceite se derrama en el agua, forma una película impermeable que puede asfixiar ecosistemas enteros, ya que 1 litro de aceite usado puede contaminar hasta 1.000.000 de litros de agua, permaneciendo en ella entre 10 y 15 años. Si se quema, produce una significativa contaminación del aire, liberando gases altamente tóxicos. Además, el vertido de este aceite daña el suelo y las aguas superficiales y subterráneas, afectando seriamente la fertilidad del suelo al alterar su actividad biológica y química. (ANIR, 2023).

1.6.1.6 Factor Legal

A contar del 1 de julio de 2024 el ingreso mínimo mensual aumentó a \$500.000 para trabajadores mayores de 18 años y de hasta 65 años (DT Dirección del Trabajo, 2024).

Asimismo, para abril de 2024 entró en vigor la Ley 21.561, que reduce gradualmente la jornada laboral de 45 horas a 40 semanales, la ley contempla una disminución de una hora por año obligatorio para las empresas, es decir, que para el año 2028, todas las empresas estarán con un trabajo semanal de 40 horas (DT Dirección del Trabajo, 2023)

En Chile la propiedad intelectual está protegida por ley, es muy fácil patentar alguna marca, el organismo encargado es el instituto nacional de propiedad industrial (INAPI)

1.7 Análisis de la industria

1.7.1 Análisis Porter

1.7.1.1 Poder de negociación con los proveedores

En este contexto, en cuanto al poder de negociación con los proveedores, se puede destacar que existen una amplia cantidad de proveedores tanto dentro como fuera del país, ofreciendo una variedad de marcas, calidades y precios. Por lo general, los precios de los productos de una misma marca son bastante similares entre distintos proveedores, lo que genera una competencia significativa en el mercado. Debido a esta alta competencia y la disponibilidad de varias opciones, cambiar de proveedor no representaría una dificultad importante, ya que existen numerosos competidores dispuestos a ofrecer productos similares, lo que otorga flexibilidad y ventajas en las negociaciones.

1.7.1.2 Poder de negociación con los clientes

El poder de los clientes representa uno de los mayores desafíos para los emprendedores, ya que en este mercado existen numerosas opciones de productos entre los cuales los clientes pueden elegir según las marcas y precios que mejor se adapten a sus necesidades. Los consumidores tienen la libertad de cambiar de opción tantas veces como deseen, sin incurrir en costos adicionales, lo que incrementa su poder de negociación. Esto se debe a que pueden decidir fácilmente dónde comprar y comparar entre la competencia sin barreras, lo que les otorga un alto nivel de influencia en sus decisiones de compra.

1.7.1.3 Rivalidad entre competidores

El mercado de repuestos para motocicletas es sumamente competitivo. Sin embargo, muchos proveedores siguen ofreciendo sus productos en tiendas físicas, las cuales, en su mayoría, se encuentran concentradas en una misma zona de la

ciudad, como es el caso de la calle Lira en Santiago, donde se puede encontrar una amplia variedad de marcas y, en general, todo lo necesario.

No obstante, muchas personas no tienen tiempo para dirigirse a un lugar específico a comprar repuestos, también existe la incertidumbre de que los productos adquiridos no tengan la calidad esperada. Además, al estar estas tiendas ubicadas en un área céntrica, aquellos que viven más lejos pueden tener dificultades para llegar. A esto se suma la creciente preocupación por la inseguridad en el país, lo que genera temor entre los clientes, quienes temen ser estafados o robados. Como resultado, cada vez más personas prefieren realizar sus compras de repuestos a través de internet.

Los competidores han sabido adaptarse a esta nueva realidad, ofreciendo sus productos por medio de redes sociales y plataformas de ventas como Mercado Libre. Aunque la forma de venta ha cambiado en los últimos años, la competencia sigue siendo intensa, ya que los proveedores se han ajustado bien a esta transformación y continúan compitiendo ferozmente en el mercado.

1.7.1.4 Amenaza de entrada de nuevos competidores

La amenaza de nuevos competidores en el mercado de repuestos para motocicletas varía según el tipo de modelo de negocio. En el caso de negocios que operan de manera presencial o que combinan ventas físicas con talleres, la inversión inicial puede ser considerable, ubicándose en una escala de inversión media-alta. Sin embargo, para el enfoque de ventas propuesto en nuestro plan de negocio, no es necesario realizar una inversión tan elevada, lo que podría situarse en un nivel de inversión media-baja.

1.7.1.5 Amenaza de productos sustitutos

Como se mencionó previamente, existen numerosos productos sustitutos en el mercado, como la variedad de marcas disponibles en Chile. Además, uno de los

sustitutos que los consumidores pueden elegir son los productos falsificados que se hacen pasar por originales, así como productos más económicos provenientes de países con mano de obra barata. Sin embargo, uno de nuestros principios fundamentales es ofrecer lo mejor para el cuidado de las motocicletas. Nos enfocaremos en fomentar la importancia de elegir productos de calidad para asegurar el buen mantenimiento y la durabilidad de las motos de nuestros clientes.

Finalmente queremos destacar cada punto, en donde destacaremos que nivel tendrá cada punto entre bajo-moderado y alto:

Poder de negociación de los proveedores: Bajo

Poder de negociación de los clientes: Alta

Rivalidad entre competidores: Moderada

Amenaza de la entrada de nuevos competidores: Moderada

Amenaza de productos sustitutos: Alta

1.8 Análisis FODA

1.8.1 Fortaleza

- Ahorro de costos por la venta en mercado electrónico.
- Cercanía que se tendrá con los clientes.
- Precios competitivos versus los competidores.
- Calidad y certificaciones de que los productos sean originales.
- Disponibles las guías y especificaciones para cada producto, para que los clientes estén lo más informado posible.
- Facilidad en las ventas para los clientes.
- Videos en donde se muestren cómo hacer un correcto mantenimiento y tips moteros para atraer más público

1.8.2 Oportunidades

- Tendencias del comercio electrónico que siguen en alzas.
- Variedad de productos para que las personas puedan elegir en producto en un mismo sitio.
- Amplia participación de las personas en redes sociales, que ayuda a la llegada masiva de clientes.
- Aumento en la demanda de motocicletas específicamente en zonas urbanas.

1.8.3 Debilidades

- Mercado saturado con competidores establecidos que pueden ofrecer otras alternativas de productos, como precios más bajos o presencialidad en sus ventas.
- Reconocimientos de la marca en constante crecimiento hasta establecerse en el mercado.
- Riesgo de escasez de productos si los proveedores tienen problemas.
- Equipo de trabajo pequeño, recursos financieros limitados para el crecimiento o expansión de la marca.

1.8.4 Amenazas

- Regulaciones que pueden afectar la venta de ciertos tipos de repuestos.
- Disminución del poder adquisitivo de los consumidores que podría afectar las ventas.
- Nuevas tecnologías en motocicletas que pueden hacer obsoletos algunos repuestos.
- Tendencias en la venta de repuestos en línea que podría saturar el mercado de nuevos competidores.

1.9 Modelo CANVAS

1.9.1 Segmento de clientes

El plan financiero está diseñado para abordar las necesidades económicas de todas aquellas personas que utilicen motocicletas en Chile, independientemente de su tipo o modelo. Este segmento incluye tanto a conductores de motocicletas particulares como a aquellos que las utilizan de manera profesional, como repartidores, mensajeros o en el sector de transporte. El objetivo es ofrecer una solución integral que no solo cubra los costos de mantenimiento y operación de las motos, sino que también se enfoque en la creación de un mercado accesible y eficiente para los motociclistas, asegurando que tanto los servicios como los productos sean adecuados a las diferentes necesidades y presupuestos de los usuarios en todo el país.

1.9.2 Propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor se basa en ofrecer una amplia selección de insumos para motocicletas de alta calidad, asegurando la compatibilidad y fiabilidad de todos nuestros productos. En un mercado altamente competitivo, donde existen una variedad de opciones en cuanto a precios y calidad, nuestro enfoque se centrará en brindar lo mejor en calidad a precios accesibles. A través de nuestra plataforma en línea, los clientes podrán encontrar toda la información que necesitan sobre cada producto, desde descripciones detalladas hasta las especificaciones técnicas de los repuestos, facilitando así la compra de insumos específicos para su motocicleta desde la comodidad de su hogar. Además, incorporaremos reseñas de otros usuarios que permitirán a los motociclistas tomar decisiones más informadas y elegir los productos que mejor se adapten a sus necesidades. De esta manera, buscamos no solo ofrecer productos de excelente calidad, sino también una experiencia de compra cómoda, segura y transparente.

1.9.3 Canales de distribución

Los canales que utilizaremos para llegar a nuestros clientes estarán enfocados principalmente en el entorno digital. Esto incluirá el uso de redes sociales, que nos permitirá interactuar directamente con nuestra audiencia y promocionar nuestros productos de manera efectiva. También implementaremos estrategias de publicidad online para incrementar nuestra visibilidad y atraer a nuevos clientes. Además, aprovecharemos el correo electrónico como herramienta para enviar actualizaciones, promociones y contenido relevante que ayude a fortalecer la fidelidad de nuestros clientes. Por último, nuestra página web será el principal punto de referencia, donde los clientes podrán explorar nuestro catálogo, realizar compras y acceder a información adicional sobre nuestros productos y servicios.

1.9.4 Relaciones con el cliente

Nuestro objetivo es establecer una relación cercana y de confianza con nuestros clientes, por lo que implementaremos un servicio al cliente personalizado, que se enfoque en atender sus necesidades y preocupaciones de manera eficiente y oportuna. Este enfoque nos permitirá conocer mejor a nuestra audiencia, comprendiendo sus expectativas y ofreciendo soluciones que se ajusten a sus necesidades específicas. Además, nos proponemos crear una comunidad activa en nuestras redes sociales, donde los clientes no solo puedan interactuar entre ellos, sino también con nuestra marca, compartiendo sus experiencias y opiniones. Esta estrategia no solo fortalecerá el reconocimiento de nuestra marca en el mercado, sino que también fomentará un sentido de pertenencia y lealtad entre nuestros seguidores, creando así una conexión más profunda y duradera con ellos, que irá más allá de la simple transacción comercial.

1.9.5 Flujo de ingresos

Los flujos de ingresos se verán reflejados principalmente en las ventas de insumos para motocicletas a través de nuestra página web. En esta plataforma, los clientes

podrán explorar una variedad de productos, descubrir opciones que se adapten a sus necesidades y seleccionar aquellos que estén dentro de su presupuesto, facilitando una experiencia de compra cómoda y accesible. De esta manera, las ventas online se convertirán en la principal fuente de ingresos para el negocio.

1.9.6 Recursos claves

Uno de los recursos clave que debemos considerar es el almacenamiento en bodegas, donde se guardarán todos los productos disponibles en stock, listos para ser enviados a diferentes puntos del país. Además, para aquellos productos que requieran embalajes específicos, contaremos con cajas adecuadas para los repuestos o sets seleccionados por los clientes.

Otro recurso fundamental para el desarrollo de nuestro proyecto son las cuentas en redes sociales, que utilizaremos principalmente para implementar estrategias publicitarias y así alcanzar a un mayor número de personas. También es esencial nuestra página web, que será la plataforma principal para que los clientes realicen sus compras de manera fácil y eficiente. Finalmente, una base de datos de clientes será crucial para mantenerlos informados sobre nuevos productos, disponibilidad de stock, ofertas especiales y promociones publicitarias, lo que permitirá mejorar la comunicación y fidelización.

1.9.7 Actividades claves

Desarrollaremos diversas campañas de marketing digital y estrategias publicitarias cuidadosamente diseñadas para promover nuestros productos de manera efectiva y alcanzar a un público más amplio. Estas campañas estarán orientadas a captar la atención de nuestra audiencia objetivo y aumentar la visibilidad de la marca. Algunas de estas iniciativas incluirán la creación de videos que muestren talleres utilizando nuestros productos, así como publicidades con pilotos de motociclismo

chilenos que compiten en el “GP3 Chile” que empleen nuestros insumos, con el fin de atraer a una mayor audiencia dentro del mundo de las motocicletas.

Al mismo tiempo, nos enfocaremos en establecer métodos de distribución y logística altamente eficientes, que nos permitan entregar los productos de manera oportuna y confiable a nuestros clientes. Complementariamente, brindaremos un servicio de atención al cliente personalizado, asegurándonos de que cada interacción sea significativa y satisfactoria. Esto contribuirá a generar una experiencia positiva para nuestros clientes, fomentando su lealtad hacia nuestra marca y fortaleciendo nuestra relación con ellos a largo plazo.

1.9.8 Red de asociados

Los socios clave de nuestra empresa estarán compuestos por una variedad de proveedores y distribuidores, quienes jugarán un papel crucial en el funcionamiento de nuestras operaciones. Los proveedores serán responsables de garantizar la calidad de los productos que ofrecemos, asegurándose de que cumplan con los estándares requeridos. Por su parte, los distribuidores se encargarán de establecer un sistema logístico eficiente, que permita que nuestros productos lleguen de manera puntual y efectiva a los clientes. La colaboración estrecha con estos socios será vital para el éxito y la continuidad de nuestro negocio, ya que su aporte influirá directamente en nuestra capacidad de ofrecer productos de alta calidad y un servicio excepcional que satisfaga las expectativas de nuestros clientes.

1.9.9 Costos económicos

Los principales costos económicos que se incurrirán cada mes estarán relacionados con varios aspectos clave para el funcionamiento del negocio. Estos incluyen los gastos de almacenamiento, que son necesarios para mantener los productos en stock y listos para su distribución, así como los costos de publicidad en redes sociales, los cuales se incrementarán en meses estratégicos para maximizar nuestra visibilidad. Además, se considerará la contratación de un contador para

garantizar que toda la parte fiscal y administrativa cumpla con los requisitos del SII. Estos costos se calcularán después de descontar el capital inicial necesario para la compra de materiales e insumos, que estarán disponibles para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

1.10 Plan de marketing

1.10.1 Principales objetivos

- Posicionamiento de la marca en el mercado en la venta de repuestos de motocicletas, donde la marca representa seguridad, calidad y confianza con nuestros clientes.
- Nuestra marca busca obtener al menos 10.000 seguidores en el primer año combinado las principales dos redes sociales, como son Instagram y TikTok, Facebook no consideremos a los seguidores ya que, el objetivo de esta red social es hacer publicidad en su segmento de Marketplace para llegar a más gente y nos visiten en nuestras principales redes que apuntamos a crecer.
- La apuesta para la empresa es vender por lo menos 6,000 productos de toda la variedad que contamos, para que nuestro plan de negocios sea económicamente factible y tener un mínimo margen de ganancia, para el segundo año nuestra apuesta es poder duplicar esta cifra. A partir de allí, se buscará seguir un crecimiento constante, aumentando las ventas de manera progresiva cada año en comparación con el anterior.
- Y, por último, realizar varias campañas publicitarias en distintas redes sociales.

1.10.2 Posicionamiento

El objetivo principal es consolidar la marca como una de las más destacadas y preferidas por los motociclistas en Chile, estableciendo una conexión genuina con los aficionados a las motocicletas. A través de la creación de una comunidad sólida y leal, se busca generar un ambiente de confianza y pertenencia entre los usuarios,

donde la marca sea vista como un referente de calidad y fiabilidad. Se pretende que, con el tiempo, los motociclistas nos recomienden de manera constante, considerándonos la opción número uno para la adquisición de sus implementos y accesorios, gracias a nuestra reputación por ofrecer productos de alta calidad, atención al cliente excepcional y compromiso con la satisfacción de sus necesidades.

1.10.3 Precio

Los productos que ofrecemos en nuestro negocio tendrán un rango de precios que varía entre los \$4.900 y los \$24.900, dependiendo de las características, calidad y especificaciones de cada artículo. Sin embargo, la mayoría de nuestros productos estarán dentro de un rango de precios cercano a los \$14.900, lo que representa el precio promedio de nuestra oferta. Este rango de precios está diseñado para ofrecer opciones diversas, adaptándose tanto a las diferentes necesidades como a los presupuestos de nuestros clientes, permitiéndoles encontrar productos adecuados a sus requerimientos sin comprometer la calidad.

1.10.4 Distribución

Debido a que el modelo de negocio se centra en el comercio electrónico, la distribución de los productos se realizará únicamente mediante envíos, utilizando un sistema de seguimiento para garantizar el control del proceso. Este procedimiento se gestionará a través de nuestra página web, lo que proporcionará mayor comodidad y facilidad a los consumidores al realizar sus compras.

1.10.5 Promoción

Se emplearán plataformas de redes sociales como Instagram, TikTok y Facebook, debido a que son las más populares y permiten llegar fácilmente a un amplio público. Es crucial mantener una presencia constante y dinámica en estas redes, ya que

facilitan la interacción directa con los usuarios y fortalecen la conexión con nuestra marca. Además, se llevarán a cabo actividades presenciales para promover nuestros productos, lo que contribuirá a aumentar nuestra visibilidad y acercarnos más a los consumidores, consolidando nuestra relación con ellos tanto en el entorno digital como en el físico.

1.10.6 Estrategia de ventas

Se creará contenido visual atractivo y de alta calidad que resalte los valores fundamentales de la marca, poniendo especial énfasis en las necesidades del consumidor y en los procesos creativos detrás de la empresa. El propósito principal de este contenido será generar campañas publicitarias efectivas que logren captar la atención del público y establecer una conexión significativa con los consumidores. A través de este enfoque, buscamos transmitir de manera clara los beneficios de nuestros productos y fortalecer la relación con nuestra audiencia.

1.10.7 Presupuesto

El presupuesto destinado para las actividades de marketing será de 300.000 pesos mensuales durante el primer año, aumentando a 500.000 pesos mensuales en el segundo año. Este presupuesto se distribuirá de manera estratégica entre las diferentes redes sociales, como Instagram, TikTok y Facebook, con el fin de maximizar nuestra presencia y alcance en cada plataforma. Además, se destinarán fondos a la realización de concursos y promociones especiales, diseñadas para aumentar la interacción con nuestra comunidad y atraer a nuevos seguidores. La asignación de recursos se llevará a cabo de forma planificada, asegurando que cada red social reciba la inversión adecuada según su potencial y efectividad, con el objetivo de fortalecer nuestra marca y mejorar la visibilidad de nuestros productos a lo largo del tiempo.

1.10.8 Productos

Nombre Productos
Aceite Extra 10w40 100% Synthetic 1L
Aceite Extra 15w50 100% Synthetic 1L
Aceite Extra 10w60 100% Synthetic 1L
Aceite Pro Plus+ 10w30 Synthetic 1L
Aceite Pro Plus+ 10w40 Synthetic 1L
Aceite Pro Plus+ 10w50 Synthetic 1L
Aceite Pro Plus+ 20w50 Synthetic 1L
Aceite Syn Blend Ester 10w40 1L
Aceite Syn Blend Ester 20w50 1L
Aceite Syn Blend Ester 15w50 1L
LIMPIADOR DE CASCO, MICA Y LENTES WURTH
SHAMPOO MUC-OFF NANO TECH - 1L
SHAMPOO MAXIMA BIO WASH
SHAMPOO BODYWORK CLEANER VROOAM - 500 ML
LUBRICANTE DE PIOLAS Y PARTES MOVILES
LUBRICANTE DE PIOLAS Y PARTES MOVILES MUC-OFF
LIMPIADOR CADENA CHAMPION PRO RACING GP
LIMPIADOR CADENA RAVENOL
CEPILLO LIMPIADOR DE CADENA AZUL
CANDADO DE DISCO

Tabla 1: Productos a ofrecer en la tienda. Fuente: Elaboración propia

1.11 Plan de Operaciones-Logística

1.11.1 Producción-Compra de insumos

En nuestro plan de negocios, no será necesario involucrarnos en la producción de los productos, ya que optaremos por adquirirlos directamente de los proveedores. Estos nos entregarán los productos listos para ser comercializados. Para garantizar la satisfacción y confianza de nuestros clientes, les proporcionaremos fichas técnicas completas de cada artículo, que incluirán información detallada sobre sus características, el uso recomendado y la compatibilidad con diferentes tipos de motocicletas, entre otros aspectos importantes. De esta manera, podemos ofrecer productos de alta calidad sin necesidad de participar en su fabricación, asegurando a la vez la transparencia y confianza en lo que ofrecemos.

1.11.2 Almacenamiento

El almacenamiento de los productos se realizará en una bodega ubicada cerca de mi residencia, lo que facilitará una gestión eficiente del inventario. Para garantizar un control preciso y actualizado de la disponibilidad de los productos, se implementará una base de datos que nos permitirá registrar y hacer un seguimiento en tiempo real de la cantidad de productos disponibles. Esta herramienta tecnológica será esencial para mantener la información sincronizada con nuestra página web, mostrando con exactitud los productos que están disponibles, así como aquellos que salen o entran del inventario. De esta manera, nuestros clientes podrán acceder a información actualizada sobre la disponibilidad de los productos, lo que mejorará su experiencia de compra y optimizará la gestión operativa del negocio.

1.11.3 Distribución

La distribución de los productos se realizará a través de diferentes empresas de envío, como Starken, Correos de Chile, Chilexpress o Blue Express, seleccionando la opción más adecuada en función del destino de cada pedido. Es importante señalar que los tiempos de entrega estarán sujetos a los plazos y condiciones de cada una de estas compañías de transporte, lo que significa que no podemos garantizar un control total sobre la duración de las entregas. Sin embargo, para los envíos dentro de la Región Metropolitana, tenemos la expectativa de que los productos lleguen en un máximo de 2 días hábiles, ya que nuestras bodegas están ubicadas en la comuna de La Reina. De todas maneras, los tiempos específicos de entrega pueden variar dependiendo de la empresa encargada del envío, así como de factores logísticos externos, como la demanda o las condiciones del servicio de cada transportista.

1.12 Plan financiero

1.12.1 Presupuesto

En Chile hay más de 11.000.000 de motocicletas registradas en el registro de vehículos motorizados.

Una motocicleta promedio puede recorrer entre 7.000 a 10.000 km al año, el cambio de aceite se recomienda cada 5.000 a 10.000 km para mantener su óptimo funcionamiento.

Nuestro plan de negocios efectivamente representa una apuesta arriesgada, tomando en cuenta todos los factores previamente mencionados. La meta que hemos establecido, aunque arriesgada, es realista, y consideramos que es una cifra óptima para asegurar que la empresa genere frutos. Si se asume que cada motocicleta requiere productos para su mantenimiento anual, podemos estimar que la apuesta de nuestro plan de negocios es, efectivamente, un desafío.

Para construir un flujo de caja basado en un escenario pesimista, el objetivo es captar 6,000 clientes durante el primer año. De esta forma, la viabilidad de la empresa puede ser asegurada, considerando todas las variables posibles que puedan surgir. En cuanto a los productos, se prevé que al menos el 80% de nuestros clientes adquieran algún tipo de aceite de nuestra oferta, mientras que el 20% comprará otros productos de nuestra línea, lo que representa un 2% de las ventas anuales de otros productos. Dentro de este 80%, se estima que el 70% optará por el aceite "Syn" en distintas viscosidades, y el 30% por el aceite "ProPlus", lo que equivale a 2,880 unidades del aceite "Syn" y 1,920 unidades del aceite "ProPlus".

Finalmente, para el segundo año, esperamos duplicar nuestras ventas, alcanzando al menos 12.000 ventas adicionales.

Ventas mensuales esperadas Primer año	Cantidad
Aceite Syn Blend Ester 10w40 1L	1120
Aceite Syn Blend Ester 20w50 1L	1120
Aceite Syn Blend Ester 15w50 1L	1120
Aceite Pro Plus+ 10w30 Synthetic 1L	360
Aceite Pro Plus+ 10w40 Synthetic 1L	360
Aceite Pro Plus+ 10w50 Synthetic 1L	360
Aceite Pro Plus+ 20w50 Synthetic 1L	360
LIMPIADOR DE CASCO, MICA Y LENTES WURTH	120
SHAMPOO MUC-OFF NANO TECH - 1L	120
SHAMPOO MAXIMA BIO WASH	120
SHAMPOO BODYWORK CLEANER VROOAM - 500 ML	120
LUBRICANTE DE PIOLAS Y PARTES MOVILES	120
LUBRICANTE DE PIOLAS Y PARTES MOVILES MUC-OFF	120
LIMPIADOR CADENA CHAMPION PRO RACING GP	120
LIMPIADOR CADENA RAVENOL	120
CEPILLO LIMPIADOR DE CADENA AZUL	120
CANDADO DE DISCO	120
Total	6000

Tabla 2: Ventas esperadas al primero año por cada producto. Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla refleja el presupuesto inicial que necesitaremos para el primero año:

Presupuesto inicial Primero año	Precio	Cantidad	Total
Mix de Costos	\$ 54.396.960	1	\$ 54.396.960
Creación de página WEB	\$ 1.250.000	1	\$ 1.250.000
Mantenciones varias página web por mes	\$ 1.320.000	1	\$ 1.320.000
Bodegas de almacenaje por mes en La Reina	\$ 5.104.000	1	\$ 5.104.000
Caja por unidad 180x100x80 mm	\$ 1.470.000	1	\$ 1.470.000
Cinta Transparente de 48x100	\$ 80.000	1	\$ 80.000
Trajetas de presentación	\$ 750.000	1	\$ 750.000
Sueldos	\$ 11.000.000	1	\$ 11.000.000
Servicio de contabilidad x mes	\$ 2.200.000	1	\$ 2.200.000
Marketing	\$ 3.600.000		\$ 3.600.000
Total			\$ 81.170.960
Préstamo			\$ 85.000.000

Tabla 3: Presupuesto inicial primero año. Fuente: Elaboración propia

1.12.2 Flujo de caja proyectado

A continuación, presentamos un resumen del flujo de caja para los primeros dos años. Los productos que abarcamos son los que estima el mercado, y nuestro proveedor nos los suministra con un porcentaje que nos permite obtener un margen del 60% sobre el costo de compra, considerando tanto la compra como la venta de los productos, sin tener en cuenta otros gastos de la empresa.

Nombre Productos	Precio	Costos	Margen por producto	Porcentaje de margen
Acete Pro Plus+ 10w30 Synthetic 1L	\$ 23.900	\$ 9.560	\$ 14.340	0,6000
Acete Pro Plus+ 10w40 Synthetic 1L	\$ 23.900	\$ 9.560	\$ 14.340	0,6000
Acete Pro Plus+ 10w50 Synthetic 1L	\$ 23.900	\$ 9.560	\$ 14.340	0,6000
Acete Pro Plus+ 20w50 Synthetic 1L	\$ 23.900	\$ 9.560	\$ 14.340	0,6000
Acete Syn Blend Ester 10w40 1L	\$ 12.990	\$ 5.196	\$ 7.794	0,6000
Acete Syn Blend Ester 20w50 1L	\$ 12.990	\$ 5.196	\$ 7.794	0,6000
Acete Syn Blend Ester 15w50 1L	\$ 12.990	\$ 5.196	\$ 7.794	0,6000
LIMPIADOR DE CASCO, MICA Y LENTES WURTH	\$ 4.900	\$ 1.960	\$ 2.940	0,6000
SHAMPOO MUC-OFF NANO TECH - 1L	\$ 12.900	\$ 5.160	\$ 7.740	0,6000
SHAMPOO MAXIMA BIO WASH	\$ 11.900	\$ 4.760	\$ 7.140	0,6000
SHAMPOO BODYWORK CLEANER VROOAM - 500 ML	\$ 6.900	\$ 2.760	\$ 4.140	0,6000
LUBRICANTE DE PIOLAS Y PARTES MOVILES	\$ 12.900	\$ 5.160	\$ 7.740	0,6000
LUBRICANTE DE PIOLAS Y PARTES MOVILES OFF	\$ 5.900	\$ 2.360	\$ 3.540	0,6000
LIMPIADOR CADENA CHAMPION PRO RACING GP	\$ 10.900	\$ 4.360	\$ 6.540	0,6000
LIMPIADOR CADENA RAVENOL	\$ 10.900	\$ 4.360	\$ 6.540	0,6000
CEPILLO LIMPIADOR DE CADENA AZUL	\$ 4.900	\$ 1.960	\$ 2.940	0,6000
CANDADO DE DISCO	\$ 24.900	\$ 9.960	\$ 14.940	0,6000

Tabla 4: Precio de venta vs Costo de compra

Además, se considera el préstamo inicial necesario para el primer año de operaciones, el cual se pagará en dos cuotas anuales cada diciembre, con una tasa de interés del 10%. Los detalles más específicos sobre los precios y el flujo de caja se pueden consultar en los anexos correspondientes.

Flujo resumido	Año 0	Año 1	Año 2
Venta neta		\$ 135.992.400	\$ 271.984.800
Costos total		\$ 60.904.288	\$ 102.286.592
Ganancias		\$ 75.088.112	\$ 169.698.208
Impuestos		\$ 25.838.556	\$ 51.677.112
Creación de página WEB		\$ 1.250.000	\$ -
Mantenciones varias página web por mes (Dominio, Hosting, Certificado SSL)		\$ 1.440.000	\$ 1.440.000
Bodegas de almacenaje por mes en La Reina		\$ 5.568.000	\$ 5.568.000
Caja por unidad 180x100x80 mm		\$ 1.470.000	\$ 2.940.000
Cinta Transparente de 48x100		\$ 80.000	\$ 140.000
Trajetas de presentación		\$ 750.000	\$ 1.500.000
Sueldos		\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
Servicio de contabilidad x mes		\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Marketing		\$ 3.600.000	\$ 6.000.000
Saldo	\$ -85.000.000	\$58.941.556	\$ 39.283.096
Saldo acumulado		\$58.941.556	\$98.224.652

Tabla 5: Flujo de caja resumido del año 1 y año 2 esperadas. Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presentan los datos financieros clave para este plan de negocios con una proyección a 2 años. Con base en esta información, podemos afirmar que nuestro plan, respaldado por las métricas y supuestos previamente mencionados, garantiza que la empresa sea económicamente factible.

Indicadores financieros	Valores
VAN	\$1.048.601
TIR	11%
ROI	21,01%
Payback	0,826380734

Tabla 6: Indicadores financieros. Fuente: Elaboración propia

1.13 Caja de valor

1.13.1 Actividades primarias

1.13.1.1 Logística de entrada

En el marco de nuestro plan de negocios, hemos establecido acuerdos con dos proveedores en Chile para cubrir nuestras necesidades de productos y repuestos. El primer proveedor se encargará de suministrarnos una variedad de repuestos que podríamos requerir para el mantenimiento y reparación de nuestras motocicletas, tales como bujías, neumáticos, cadenas, luces, entre otros componentes esenciales para el correcto funcionamiento de las motos. Este proveedor nos brindará productos de calidad, adaptados a nuestras necesidades y las de nuestros clientes.

Por otro lado, el segundo proveedor se especializa en la distribución de aceites y productos para el mantenimiento específico de motocicletas. Este proveedor trabajará exclusivamente con una marca única y representativa en Chile, la cual tiene su origen en Estados Unidos. Esta marca es reconocida por ofrecer una amplia gama de productos de alta calidad, diseñados para garantizar el rendimiento y cuidado óptimo de las motocicletas. Además, se caracteriza por ofrecer productos con una excelente relación calidad-precio, lo que nos permitirá brindar a nuestros

clientes productos de primera calidad a precios competitivos, asegurando su satisfacción y fidelidad.

1.13.1.2 Operaciones

Todos los insumos serán adquiridos directamente de los proveedores, se llevará a cabo la compra de los productos en grandes cantidades, al por mayor, con el objetivo de abastecer adecuadamente las necesidades del negocio. Cada proveedor tiene establecido un monto mínimo de compra, el cual se refiere al valor total de la compra y no a la cantidad de productos que se adquieran. Esto nos permitirá gestionar de manera eficiente los recursos y optimizar los costos de adquisición.

Una vez que se realice la compra, se procederá a llevar a cabo una revisión minuciosa de todos los productos para verificar que se encuentren en perfectas condiciones, cumpliendo con los estándares de calidad establecidos. Este control de calidad es fundamental para garantizar que los productos que recibimos sean los adecuados y estén listos para su distribución.

Por último, antes de enviar los productos a los clientes, se realizará una inspección final para confirmar que todo esté en orden. Esta revisión adicional tiene como objetivo asegurar que los productos enviados cumplan con las expectativas de calidad y que los clientes reciban sus pedidos en óptimas condiciones, lo que garantiza su satisfacción y confianza en el servicio que ofrecemos.

1.13.1.3 Logística de salida

La distribución de los productos se llevará a cabo de manera directa a los consumidores, utilizando una variedad de sistemas de envío disponibles en el mercado, con el fin de ofrecer opciones eficientes y rápidas. Para garantizar un proceso logístico fluido, se buscará implementar un sistema de gestión que permita

un control exhaustivo de cada envío, asegurando que se mantenga un seguimiento detallado de los paquetes en todo momento. Esto no solo nos permitirá monitorear el estado de cada envío, sino también brindar a los clientes la posibilidad de seguir sus pedidos en tiempo real, asegurando transparencia y confianza en el servicio. De esta manera, nos aseguramos de optimizar el proceso de distribución, minimizando cualquier inconveniente y garantizando una experiencia de compra satisfactoria para los consumidores.

1.13.1.4 *Marketing y ventas*

Se utilizarán diversos canales digitales para promocionar nuestros productos, enfocándonos principalmente en plataformas como Instagram, TikTok y el Marketplace de Facebook, que nos permitirán alcanzar un público amplio y aumentar la visibilidad de nuestra marca. Estas plataformas son excelentes para interactuar con los usuarios y crear contenido atractivo que fomente el interés por nuestros productos. Además, como se mencionó previamente, realizaremos colaboraciones con talleres especializados donde se grabarán videos demostrativos sobre el uso de nuestros productos.

1.13.1.5 *Servicio*

Nuestra apuesta es ofrecer un servicio excepcional al cliente, asegurando que cada transacción se realice de forma directa y transparente, permitiendo que los clientes puedan evaluar la calidad de la atención recibida. Al concluir la compra, se les solicitará su opinión sobre la experiencia, lo que nos ayudará a mejorar constantemente nuestro servicio. Además, todos los productos contarán con una garantía de 60 días, brindando confianza y seguridad a los compradores. También se implementará un sistema de postventa rápido y eficaz, que responderá con prontitud a cualquier solicitud o inconveniente, garantizando una experiencia satisfactoria tanto durante como después del proceso de compra.

1.13.2 Actividades de apoyo

1.13.2.1 Infraestructura

Se implementará una gestión contable externa especializada para encargarse de todos los aspectos relacionados con los impuestos y temas tributarios, lo que permitirá asegurar el cumplimiento adecuado de las normativas fiscales. Adicionalmente, se hará uso de avanzados sistemas de información, como bases de datos, que nos ayudarán a analizar y predecir con mayor precisión el comportamiento del consumidor, permitiéndonos anticipar la demanda futura de productos y ajustar las estrategias comerciales en consecuencia.

Asimismo, se contará con espacios de bodegas, donde se resguardarán todos los productos. Estas bodegas estarán organizadas y gestionadas a través de un sistema de bases de datos que mantendrá un registro detallado sobre el inventario disponible, así como los productos faltantes. Este sistema facilitará la supervisión en tiempo real del stock y optimizará la reposición de productos cuando sea necesario. Además, las bodegas también estarán a disposición de los clientes en horarios a concordar para los que deseen recoger sus compras personalmente, ofreciendo así una opción de entrega flexible y conveniente para quienes lo prefieran.

1.13.2.2 Desarrollo tecnológico

Con el fin de comercializar nuestros productos, implementaremos una página web en la que se podrán adquirir todos los insumos que ofrecemos. En sus primeras etapas, la página tendrá un diseño sencillo, con el objetivo de reducir los costos iniciales. No obstante, nuestra meta a mediano y largo plazo es desarrollar una plataforma digital que esté completamente alineada con la calidad y el tipo de productos que venderemos, brindando a los usuarios una experiencia de compra profesional y acorde con nuestras ofertas.

Para lograrlo, la página web estará en un proceso constante de crecimiento y actualización tecnológica, con el propósito de mejorar su funcionalidad, accesibilidad y rendimiento. A la par, nuestra base de datos también se mantendrá en constante evolución, utilizando herramientas de software que nos permitan gestionar eficientemente la información de los productos, los clientes y las ventas. Esta evolución tecnológica tanto de la web como de las herramientas asociadas garantizará un servicio cada vez más eficiente, ágil y adaptado a las necesidades del mercado y de nuestros clientes.

1.13.2.3 *Gestión de recursos humanos*

Se fomentará la capacitación continua como parte de una estrategia para asegurar que los procesos de mejora sean constantes y efectivos. Este enfoque tiene como objetivo no solo mantenerme actualizado con las mejores prácticas y nuevas tecnologías, sino también fortalecer mis habilidades profesionales a lo largo del tiempo.

1.13.2.4 *Adquisición*

Se implementará una gestión eficaz en las negociaciones con los proveedores, buscando no solo acuerdos favorables, sino también establecer relaciones comerciales fuertes y de largo plazo. Esto permitirá construir alianzas estratégicas que favorezcan el crecimiento mutuo y el cumplimiento de los objetivos de ambas partes. Además, se desarrollará un proceso de evaluación constante de los proveedores, con el fin de mantener altos estándares de calidad en los productos que ofrecemos. Este proceso de evaluación será fundamental para asegurarnos de que siempre estemos trabajando con los mejores proveedores, lo que nos permitirá ofrecer a nuestros clientes productos de la más alta calidad, garantizando su satisfacción y fidelidad a largo plazo.

CONCLUSIONES

Aunque los números son positivos, la factibilidad y viabilidad de este negocio para los próximos dos años, considerando todos los factores posibles, presenta ciertos riesgos, como lo refleja el ROI financiero. En conclusión, el éxito de este negocio será posible si todos nuestros supuestos y objetivos se cumplen como se ha mencionado, o podría no serlo si no logramos alcanzar alguno de los objetivos establecidos.

Sin embargo, con los objetivos generales y específicos claramente definidos en nuestro plan de negocios, podemos asegurar que el proyecto puede alcanzar un nivel de éxito. La implementación de la venta de insumos para motocicletas ha sido bien recibida, ya que muchos motociclistas no tienen el tiempo suficiente para desplazarse a una tienda física y hacer compras específicas. Esta limitación de tiempo nos ha dado una ventaja competitiva significativa, al ofrecerles la opción de adquirir productos desde la comodidad de su hogar, mejorando notablemente la experiencia de compra.

Además, al proporcionar información detallada y educativa sobre el mantenimiento de sus motocicletas, ayudamos a los clientes a reducir significativamente los costos asociados, lo que agrega aún más valor a nuestra propuesta. Este entendimiento claro y profundo de nuestro modelo de negocio nos permite anticipar con confianza cómo evolucionará el mercado. A medida que cumplimos nuestros objetivos y optimizamos nuestras operaciones, los márgenes de ganancia del 60% por producto son posibles gracias a que nuestro proveedor nos permite obtener precios similares a los de la competencia, mientras que los márgenes elevados nos brindan la capacidad de ejecutar nuestro plan de negocios de manera efectiva. Esto nos posiciona de manera competitiva, permitiéndonos ofrecer precios atractivos y accesibles frente a otros actores del mercado.

Gracias a esto, no solo hemos logrado fidelizar a nuestros clientes, sino que también hemos establecido una base sólida para seguir creciendo. Cada cliente que elige nuestros productos se convierte en un embajador de nuestra marca, contribuyendo

a la expansión continua de nuestra clientela. Este proceso de fidelización y expansión es clave para consolidar nuestra presencia en el mercado, seguir mejorando nuestros servicios y asegurar que siempre seamos la opción número uno para los motociclistas que buscan calidad, conveniencia y ahorro.

Para que el negocio sea económicamente factible, es necesario alcanzar el porcentaje de cuota de mercado mencionado anteriormente.

RECOMENDACIONES

Revisar continuamente las ofertas de los distribuidores para poder aminorar gastos a la hora de la compra, tener un margen mayor de ganancias por cada producto: Es fundamental realizar un monitoreo constante de las promociones y descuentos que ofrecen los distribuidores para optimizar los costos en el momento de la adquisición de productos. De esta forma, no solo se pueden reducir los gastos, sino que también se puede incrementar el margen de ganancia por cada unidad vendida, lo que contribuiría significativamente a la rentabilidad del negocio.

Fomentar la fidelización con nuestros clientes para volver a elegir la marca, teniendo diferentes estrategias a lo largo del tiempo: La fidelización de los clientes es clave para asegurar que continúen eligiendo nuestra marca en futuras compras. Para lograrlo, es necesario desarrollar e implementar diversas estrategias que mantengan el interés y la lealtad del consumidor a lo largo del tiempo. Estas tácticas pueden incluir programas de recompensas, ofertas exclusivas, o incluso mejorar la experiencia de compra, todo con el fin de fortalecer la relación con el cliente y asegurar su preferencia a largo plazo.

Colaborar estrechamente con los talleres para vender y exponer nuestros productos: Establecer una relación de colaboración cercana con los talleres es esencial para promover y exhibir nuestros productos de manera efectiva. Al trabajar de forma conjunta, podemos llegar a más clientes potenciales, aprovechar su red de contactos y aumentar la visibilidad de nuestros productos dentro de un entorno

donde la demanda y el uso de estos son elevados, generando así mayores oportunidades de venta.

Es relevante saber qué redes sociales ocupa el público objetivo, en estos momentos, pero en el futuro esto puede cambiar, por lo cual se debería adaptar a esa nueva red social: Conocer las plataformas de redes sociales que frecuentan nuestros consumidores objetivo es vital para desarrollar campañas de marketing digital efectivas. Actualmente, TikTok e Instagram son las redes más populares entre muchos usuarios, pero esto podría cambiar con el tiempo. Por lo tanto, es crucial estar atentos a las nuevas plataformas emergentes y adaptar nuestras estrategias de marketing digital a medida que surjan, para seguir siendo relevantes y mantener nuestra presencia online.

Debido a que el machine learning y el análisis de datos ya se encuentra accesible para la mayoría de las personas, se recomendaría usarlo para distintos ámbitos, como marketing, procesos y el ámbito comercial: El acceso a herramientas avanzadas de machine learning y análisis de datos está cada vez más disponible para empresas de todos los tamaños. Aprovechar estas tecnologías puede ser muy beneficioso para mejorar varios aspectos del negocio, como la personalización de las campañas de marketing, la optimización de procesos internos y la toma de decisiones comerciales más informadas. Al integrar estas soluciones, las empresas pueden aumentar su eficiencia, ofrecer productos y servicios más ajustados a las necesidades de sus clientes y mejorar la rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

ANIM. (2024). Obtenido de ANIM: <https://www.anim.cl/informes-de-ventas>

ANIR. (25 de Enero de 2023). *ANIR*. Obtenido de ANIR: <https://anir.cl/aceites-lubricantes-usados-con-destino-incorrecto-un-residuo-altamente-nocivo-para-la-salud-publica-y-ambiental/#:~:text=Los%20Aceites%20Lubricantes%20Usados%20o,de%20veh%C3%ADculos%20o%20maquinaria%20industrial.>

Asana. (01 de Julio de 2023). *Asana*. Obtenido de Asana:
<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Autocosmos. (25 de Enero de 2024). *Autocosmos*. Obtenido de Autocosmos:
<https://noticias.autocosmos.cl/2024/01/25/venta-de-motos-en-chile-un-2023-negro-de-verdad>

Banco Central. (Junio de 2024). *Banco Central*. Obtenido de
<https://www.bcentral.cl/web/banco-central/areas/politica-monetaria/informe-de-politica-monetaria#:~:text=La%20variaci%C3%B3n%20anual%20del%20IPC,torno%20a%203%2C5%25>.

Banco Central. (Junio de 2024). *Banco Central*. Obtenido de Banco Central:
<https://www.bcentral.cl/web/banco-central/areas/estadisticas/tasas-de-interes>

CADEM. (21 de Julio de 2024). *CADEM*. Obtenido de CADEM: <https://cadem.cl/plaza-publica/>

DF Diario Financiero. (Julio de 2024). *DF*. Obtenido de DF:
<https://www.df.cl/mercados/bolsa-monedas/dolar-hoy-gwdil>

DT Dirección del Trabajo. (Abril de 2023). *DT Dirección del Trabajo*. Obtenido de DT Dirección del Trabajo: <https://www.dt.gob.cl/portal/1626/w3-propertyname-2556.html>

DT Dirección del Trabajo. (01 de Junio de 2024). Obtenido de
<https://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-article-60141.html#:~:text=A%20contar%20del%2001%20de,%24322.295%20para%20fines%20no%20remuneracionales>.

Economipedia. (05 de Julio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>

Economipedia. (01 de Marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>

ELCIUDADANO. (15 de Octubre de 2023). Obtenido de ELCIUDADANO:
<https://www.elciudadano.com/deportes/breve-historia-del-motociclismo-en-chile/10/15/>

EMOL. (16 de Febrero de 2022). *Emol*. Obtenido de Emol:
<https://www.emol.com/noticias/Economia/2022/02/16/1046952/aumento-venta-motos-urbano-chile.html>

Generation. (s.f.). *Generation España*. Obtenido de Generation España:
<https://spain.generation.org/blog/modelo-de-negocio-metodologia-canvas/>

INAPI. (s.f.). *INAPI*. Obtenido de <https://www.inapi.cl/propiedad-intelectual-e-industrial/para-informarse/que-es-la-propiedad-intelectual-e-industrial>

Ionix. (16 de Mayo de 2024). Obtenido de <https://ionixlatam.com/comercio-electronico-2024-el-ano-de-despegue-para->

ANEXOS

Flujo de caja Año 1

Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Acete Pro Plus- 10x30 Synthetio IL	\$ 574.200	\$ 574.200	\$ 574.200	\$ 638.000	\$ 765.600	\$ 1.144.400	\$ 1.276.000	\$ 1.020.800	\$ 1.144.400	\$ 1.276.000	\$ 1.147.400	\$ 1.595.000
Acete Pro Plus- 10x40 Synthetio IL	\$ 574.200	\$ 574.200	\$ 574.200	\$ 638.000	\$ 765.600	\$ 1.144.400	\$ 1.276.000	\$ 1.020.800	\$ 1.144.400	\$ 1.276.000	\$ 1.147.400	\$ 1.595.000
Acete Pro Plus- 10x50 Synthetio IL	\$ 574.200	\$ 574.200	\$ 574.200	\$ 638.000	\$ 765.600	\$ 1.144.400	\$ 1.276.000	\$ 1.020.800	\$ 1.144.400	\$ 1.276.000	\$ 1.147.400	\$ 1.595.000
Acete Pro Plus- 20x50 Synthetio IL	\$ 430.200	\$ 430.200	\$ 430.200	\$ 478.000	\$ 573.600	\$ 860.400	\$ 956.000	\$ 784.800	\$ 860.400	\$ 956.000	\$ 1.094.400	\$ 1.195.000
Acete Sgn Blend Ester 10x40 IL	\$ 1.434.000	\$ 1.912.000	\$ 2.390.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000
Acete Sgn Blend Ester 20x50 IL	\$ 1.434.000	\$ 1.912.000	\$ 2.390.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000
Acete Sgn Blend Ester 15x50 IL	\$ 25.980	\$ 51.960	\$ 123.900	\$ 195.840	\$ 195.840	\$ 123.900	\$ 123.900	\$ 207.840	\$ 191.880	\$ 195.840	\$ 191.880	\$ 207.840
LIMPIADOR DE CASCO, MICA Y LENTES WURTH	\$ 25.980	\$ 51.960	\$ 123.900	\$ 195.840	\$ 195.840	\$ 123.900	\$ 123.900	\$ 207.840	\$ 191.880	\$ 195.840	\$ 191.880	\$ 207.840
SHAMPOO MUC-OFF NANO TECH - IL	\$ 25.980	\$ 51.960	\$ 123.900	\$ 195.840	\$ 195.840	\$ 123.900	\$ 123.900	\$ 207.840	\$ 191.880	\$ 195.840	\$ 191.880	\$ 207.840
SHAMPOO MAXIMA BIO WASH	\$ 9.800	\$ 19.600	\$ 49.000	\$ 58.800	\$ 58.800	\$ 49.000	\$ 49.000	\$ 78.400	\$ 68.640	\$ 68.640	\$ 68.640	\$ 78.400
SHAMPOO BODYWORK CLEANER VRODAM - 500 ML	\$ 25.980	\$ 51.960	\$ 123.900	\$ 195.840	\$ 195.840	\$ 123.900	\$ 123.900	\$ 207.840	\$ 191.880	\$ 195.840	\$ 191.880	\$ 207.840
LUBRICANTE DE PIOLAS Y PARTES MOVILES	\$ 23.800	\$ 47.600	\$ 119.000	\$ 142.800	\$ 142.800	\$ 119.000	\$ 119.000	\$ 190.400	\$ 165.600	\$ 142.800	\$ 165.600	\$ 190.400
LUBRICANTE DE PIOLAS Y PARTES MOVILES MUC-OFF	\$ 13.800	\$ 27.600	\$ 69.000	\$ 82.800	\$ 82.800	\$ 69.000	\$ 69.000	\$ 110.400	\$ 96.000	\$ 82.800	\$ 96.000	\$ 110.400
LIMPIADOR CADENA CHAMPION PRO RACING GP	\$ 25.800	\$ 51.600	\$ 129.000	\$ 154.800	\$ 154.800	\$ 129.000	\$ 129.000	\$ 206.400	\$ 180.600	\$ 154.800	\$ 180.600	\$ 206.400
LIMPIADOR CADENA RAVENOL	\$ 11.800	\$ 23.600	\$ 59.000	\$ 70.800	\$ 70.800	\$ 59.000	\$ 59.000	\$ 94.400	\$ 82.600	\$ 70.800	\$ 82.600	\$ 94.400
CEPILLO LIMPIADOR DE CADENA AZUL	\$ 21.800	\$ 43.600	\$ 109.000	\$ 130.800	\$ 130.800	\$ 109.000	\$ 109.000	\$ 174.400	\$ 152.600	\$ 130.800	\$ 152.600	\$ 174.400
CANDADO DE DISCO	\$ 11.800	\$ 23.600	\$ 59.000	\$ 70.800	\$ 70.800	\$ 59.000	\$ 59.000	\$ 94.400	\$ 82.600	\$ 70.800	\$ 82.600	\$ 94.400
Ventas totales	\$ 6.665.340	\$ 8.205.880	\$ 10.614.700	\$ 12.737.640	\$ 13.962.300	\$ 14.440.700	\$ 12.681.520	\$ 12.943.360	\$ 14.651.240	\$ 14.145.300	\$ 14.834.320	\$ 14.834.320
Acete Pro Plus- 10x30 Synthetio IL	\$ 229.680	\$ 229.680	\$ 229.200	\$ 306.240	\$ 459.360	\$ 510.400	\$ 408.320	\$ 459.360	\$ 510.400	\$ 586.960	\$ 638.000	\$ 638.000
Acete Pro Plus- 10x40 Synthetio IL	\$ 229.680	\$ 229.680	\$ 229.200	\$ 306.240	\$ 459.360	\$ 510.400	\$ 408.320	\$ 459.360	\$ 510.400	\$ 586.960	\$ 638.000	\$ 638.000
Acete Pro Plus- 10x50 Synthetio IL	\$ 229.680	\$ 229.680	\$ 229.200	\$ 306.240	\$ 459.360	\$ 510.400	\$ 408.320	\$ 459.360	\$ 510.400	\$ 586.960	\$ 638.000	\$ 638.000
Acete Pro Plus- 20x50 Synthetio IL	\$ 172.080	\$ 172.080	\$ 191.200	\$ 229.440	\$ 344.160	\$ 392.400	\$ 305.920	\$ 344.160	\$ 392.400	\$ 439.760	\$ 478.000	\$ 478.000
Acete Sgn Blend Ester 10x40 IL	\$ 573.600	\$ 764.800	\$ 956.000	\$ 1.147.200	\$ 1.147.200	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000
Acete Sgn Blend Ester 20x50 IL	\$ 573.600	\$ 764.800	\$ 956.000	\$ 1.147.200	\$ 1.147.200	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000
Acete Sgn Blend Ester 15x50 IL	\$ 573.600	\$ 764.800	\$ 956.000	\$ 1.147.200	\$ 1.147.200	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000	\$ 956.000
LIMPIADOR DE CASCO, MICA Y LENTES WURTH	\$ 10.392	\$ 20.784	\$ 51.960	\$ 62.352	\$ 62.352	\$ 51.960	\$ 51.960	\$ 83.136	\$ 72.744	\$ 62.352	\$ 72.744	\$ 83.136
SHAMPOO MUC-OFF NANO TECH - IL	\$ 10.392	\$ 20.784	\$ 51.960	\$ 62.352	\$ 62.352	\$ 51.960	\$ 51.960	\$ 83.136	\$ 72.744	\$ 62.352	\$ 72.744	\$ 83.136
SHAMPOO MAXIMA BIO WASH	\$ 3.920	\$ 7.840	\$ 19.600	\$ 23.520	\$ 23.520	\$ 19.600	\$ 19.600	\$ 31.360	\$ 27.440	\$ 23.520	\$ 27.440	\$ 31.360
SHAMPOO BODYWORK CLEANER VRODAM - 500 ML	\$ 10.320	\$ 20.640	\$ 51.600	\$ 61.920	\$ 61.920	\$ 51.600	\$ 51.600	\$ 82.560	\$ 72.240	\$ 61.920	\$ 72.240	\$ 82.560
LUBRICANTE DE PIOLAS Y PARTES MOVILES	\$ 9.800	\$ 19.600	\$ 49.000	\$ 58.800	\$ 58.800	\$ 49.000	\$ 49.000	\$ 78.400	\$ 68.640	\$ 68.640	\$ 68.640	\$ 78.400
LUBRICANTE DE PIOLAS Y PARTES MOVILES MUC-OFF	\$ 5.820	\$ 11.640	\$ 29.100	\$ 34.920	\$ 34.920	\$ 29.100	\$ 29.100	\$ 46.560	\$ 40.800	\$ 34.920	\$ 40.800	\$ 46.560
LIMPIADOR CADENA CHAMPION PRO RACING GP	\$ 10.320	\$ 20.640	\$ 51.600	\$ 61.920	\$ 61.920	\$ 51.600	\$ 51.600	\$ 82.560	\$ 72.240	\$ 61.920	\$ 72.240	\$ 82.560
LIMPIADOR CADENA RAVENOL	\$ 4.720	\$ 9.440	\$ 23.600	\$ 28.320	\$ 28.320	\$ 23.600	\$ 23.600	\$ 37.760	\$ 33.040	\$ 28.320	\$ 33.040	\$ 37.760
CEPILLO LIMPIADOR DE CADENA AZUL	\$ 8.720	\$ 17.440	\$ 43.600	\$ 52.320	\$ 52.320	\$ 43.600	\$ 43.600	\$ 68.160	\$ 59.360	\$ 52.320	\$ 59.360	\$ 68.160
CANDADO DE DISCO	\$ 8.720	\$ 17.440	\$ 43.600	\$ 52.320	\$ 52.320	\$ 43.600	\$ 43.600	\$ 68.160	\$ 59.360	\$ 52.320	\$ 59.360	\$ 68.160
Costes total por compra	\$ 2.666.136	\$ 3.323.952	\$ 4.245.880	\$ 5.095.056	\$ 5.584.920	\$ 5.776.280	\$ 5.072.608	\$ 5.179.752	\$ 5.860.496	\$ 5.658.152	\$ 5.933.728	\$ 6.507.328
Costes total por compra	\$ 2.666.136	\$ 3.323.952	\$ 4.245.880	\$ 5.095.056	\$ 5.584.920	\$ 5.776.280	\$ 5.072.608	\$ 5.179.752	\$ 5.860.496	\$ 5.658.152	\$ 5.933.728	\$ 6.507.328
Creación de página WEB	\$ 1.250.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimientos varias páginas web por mes (Dominio, Hosting, Certificado SSL)	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000
Bodegas de almacenaje por mes en La Reina	\$ 484.000	\$ 484.000	\$ 484.000	\$ 484.000	\$ 484.000	\$ 484.000	\$ 484.000	\$ 484.000	\$ 484.000	\$ 484.000	\$ 484.000	\$ 484.000
Caja por unidad 180x100x80 mm	\$ 14.700.000											
Cinta Transparente de 48x90	\$ 90.000											
Trajetas de presentación	\$ 750.000											
Sueldos	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Servicio de contabilidad 3 mes	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Marketing	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
IVA	\$ 1.256.415	\$ 1.578.877	\$ 2.016.730	\$ 2.420.152	\$ 2.652.837	\$ 2.743.723	\$ 2.409.489	\$ 2.440.392	\$ 2.783.738	\$ 2.687.622	\$ 2.898.521	\$ 3.179.329
Costo total	\$9.300.136	\$6.674.367	\$7.908.757	\$9.195.949	\$10.089.072	\$10.519.117	\$9.300.341	\$9.673.241	\$10.404.878	\$10.525.680	\$10.705.350	\$11.409.849
Prestamo Bancario	\$85.000.000											\$46.750.000
Saldo	\$76.639.864	\$-9.027	\$1.418.851	\$2.648.568	\$3.449.183	\$4.540.359	\$3.008.279	\$2.544.502	\$4.125.352	\$3.440.030	\$4.325.523	\$-43.325.523
Saldo acumulado	\$76.639.864	\$76.630.837	\$77.091.960	\$78.510.811	\$81.159.380	\$84.608.563	\$83.148.922	\$82.157.201	\$84.701.703	\$88.827.055	\$102.267.085	\$58.941.556

Tabla 7: Flujo de caja Año 1. Fuente: Elaboración propia

Flujo de caja Año 2

Año 2	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Acete Pro Plus- 10x30 Synthetio IL	\$ 1.595.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.595.000	\$ 1.595.000	\$ 1.595.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000
Acete Pro Plus- 10x40 Synthetio IL	\$ 1.595.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.595.000	\$ 1.595.000	\$ 1.595.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000
Acete Pro Plus- 10x50 Synthetio IL	\$ 1.595.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.595.000	\$ 1.595.000	\$ 1.595.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000	\$ 1.594.000
Acete Pro Plus- 20x50 Synthetio IL	\$ 1.195.000	\$ 1.194.000	\$ 1.194.000	\$ 1.195.000	\$ 1.195.000	\$ 1.195.000	\$ 1.194.000	\$ 1.194.000	\$ 1.194.000	\$ 1.194.000	\$ 1.194.000	\$ 1.194.000
Acete Sgn Blend Ester 10x40 IL	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 4.063.000	\$ 3.824.000	\$ 4.302.000	\$ 5.019.000	\$ 5.258.000	\$ 4.541.000	\$ 5.457.000	\$ 6.214.000	\$ 6.882.000
Acete Sgn Blend Ester 20x50 IL	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 4.063.000	\$ 3.824.000	\$ 4.302.000	\$ 5.019.000	\$ 5.258.000	\$ 4.541.000	\$ 5.457.000	\$ 6.214.000	\$ 6.882.000
Acete Sgn Blend Ester 15x50 IL	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 4.063.000	\$ 3.824.000	\$ 4.302.000	\$ 5.019.000	\$ 5.258.000	\$ 4.541.000	\$ 5.457.000	\$ 6.214.000	\$ 6.882.000
LIMPIADOR DE CASCO, MICA Y LENTES WURTH	\$ 207.840	\$ 233.820	\$ 259.800	\$ 259.800	\$ 233.820	\$ 233.820	\$ 259.800	\$ 259.800	\$ 259.800	\$ 259.800	\$ 259.800	\$ 259.800
SHAMPOO MUC-OFF NANO TECH - IL	\$ 207.840	\$ 233.820	\$ 259.800	\$ 259.800	\$ 233.820	\$ 233.820	\$ 259.800	\$ 259.800	\$ 259.800	\$ 259.800	\$ 259.800	\$ 259.800
SHAMPOO MAXIMA BIO WASH	\$ 73.400	\$ 82.200	\$ 98.000	\$ 98.000	\$ 82.200	\$ 82.200	\$ 98.000	\$ 98.000	\$ 98.000	\$ 98.000	\$ 98.000	\$ 98.000
SHAMPOO BODYWORK CLEANER VRODAM - 500 ML	\$ 206.400											

Costes total por compra	\$ 6.496.344	\$ 6.197.360	\$ 8.109.760	\$ 7.260.344	\$ 8.312.344	\$ 9.735.360	\$ 10.022.160	\$ 9.640.160	\$ 10.393.176	\$ 12.294.592	\$ 13.824.392	
Creación de página WEB												
Manteniones varias página web por mes (Dominio, Hosting, Certificado SSL)	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000
Bodegas de almacenaje por mes en La Reina	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000
Caja por unidad 180x100x50 mm	\$ 2.940.000											
Cinta Transparencia de 40x100	\$ 140.000											
Tarjetas de presentación	\$ 1.500.000											
Sueldos	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Servicio de contabilidad a mes	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Marketing	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
IVA	\$ 3.090.981	\$ 3.095.763	\$ 2.943.746	\$ 3.852.136	\$ 3.448.662	\$ 3.948.363	\$ 4.624.296	\$ 4.760.526	\$ 4.579.076	\$ 4.936.759	\$ 5.839.931	\$ 6.566.871
Costo total	\$ 16.451.325	\$ 11.567.123	\$ 13.337.506	\$ 13.396.480	\$ 14.045.007	\$ 16.967.723	\$ 16.930.496	\$ 16.684.686	\$ 17.256.252	\$ 19.515.351	\$ 21.948.923	\$ 8.850.871
Prestamo												\$48.750.000
Saldo	\$ -183.005	\$ 4.673.737	\$ 2.195.894	\$ 6.877.920	\$ 4.105.853	\$ 4.813.137	\$ 7.407.944	\$ 8.370.714	\$ 6.844.148	\$ 6.467.589	\$ 8.787.557	\$ -21.036.391
Saldo acumulado antes de impuesto a la renta	\$ 58.798.951	\$ 63.432.288	\$ 65.588.182	\$ 72.466.102	\$ 76.571.954	\$ 81.395.091	\$ 88.793.035	\$ 97.163.749	\$ 104.007.897	\$ 110.475.486	\$ 119.263.043	\$ 98.224.652

Tabla 8: Flujo de caja Año 2. Fuente: Elaboración propia