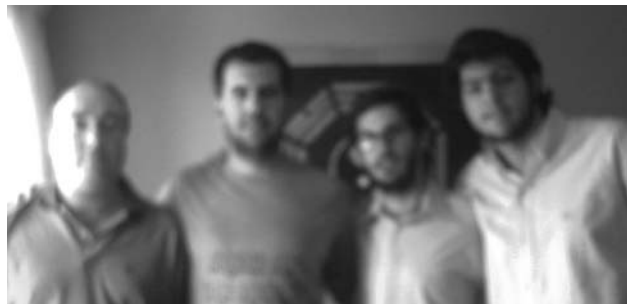


motocicletas tomaselli //

proyecto de inversión: moto vehículos de baja cilindrada

Autores: Bujedo, Sebastián; Raniolo, Nicolás; Tomaselli, Daniel; Tonani, Robertino



Hace unos años el operario medio, estaba en condiciones de movilizarse únicamente en bicicleta o en colectivo, hoy con el aumento del poder adquisitivo de la clase media, las mayores distancias a cubrir en las ciudades, las crecientes dificultades del tránsito urbano y las posibilidades de financiación, es que gran parte de quienes utilizaban bicicletas para movilizarse esta cambiando por la motocicleta. De aquí surge la idea del proyecto que se pretende analizar, que consiste en lo siguiente:

Incorporar a la estructura de planta existente y con una inversión relativamente baja, una línea de ensamblado de motocicletas de 110 cm. cúbicos, dicho proceso consistiría en la adquisición de piezas nacionales e importadas desde China necesarias para la fabricación, y el terminado en Argentina del rodado, agregando la posibilidad de fabricar en nuestra planta algunos elementos necesarios, y que por su costo o algún otro factor resulte conveniente, teniendo en cuenta que la empresa ya posee instalados sistemas de soldadura, hornos de pintura, departamento de diseño gráfico, etc.

Como agregado final la empresa cuenta con una Marca muy conocida en todo el país lo cual creemos facilitaría en gran medida la aceptación del producto en el mercado.

misión

"Producir y comercializar moto vehículos de baja cilindrada en el ámbito geográfico de nuestro país con el fin satisfacer necesidades de movilidad y esparcimiento, ofreciendo productos de calidad y brindándole al cliente el respeto y la seriedad que espera de nosotros."

visión

"Liderar el Mercado Nacional de moto vehículos nacionales de baja cilindrada, con la búsqueda del mejoramiento continuo de nuestros productos que nos permita la máxima satisfacción y fidelización del cliente."

valores

"El respaldo que brindan 50 años de experiencia en la fabricación y venta de pequeños vehículos es el valor más importante que la empresa posee".

Macro ambiente

económico

El modelo económico iniciado en abril de 2002, ha permitido revertir paulatinamente los desequilibrios macroeconómicos y sociales acumulados durante la convertibilidad y agudizados con su derrumbe.

A poco más de tres años de una sostenida expansión, la economía ya ha recuperado la totalidad de la caída, y hoy el país se encuentra en la etapa de consolidación del crecimiento.

político

El marco político donde se encuentra inserta la compañía se caracteriza por una posición no muy definida respecto a las cuestiones relacionadas con el comercio exterior en cuanto a barreras arancelarias o para arancelarias puesto que son utilizadas, además de para alentar o desalentar actividad productivas, como medida de política económica en función a los niveles de recaudación requeridos por el gobierno.

clientes

Son aquellos hacia quienes va dirigido nuestro producto, que se divide a su vez en dos grandes grupos. Uno de ellos está representado por los consumidores finales a los cuales accedemos desde nuestros puntos de venta propios, y otros son los clientes mayoristas con los cuales ya tenemos relación comercial en la actualidad. En ambos casos los clientes tienen el poder en tanto y en cuanto deciden su compra en función a, calidad, confianza y relación precio-producto.

proveedores

En este caso podremos encontrar que esta fuerza está representada por dos grandes grupos:

- Proveedores locales
- Proveedores del exterior

competidores Actuales

La competencia esta compuesta mayormente por importadores de moto vehículos terminados con una participación muy irregular en función de cada marca .