

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



YADEA

Trabajo de Grado

Daniel Camilo Cubillos Pérez

Nicolay Andrés Barrera Rodríguez

Sergio Andrés Granados Cortés

Bogotá D. C, Colombia

2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



YADEA

Trabajo de Grado

Daniel Camilo Cubillos Pérez

Nicolay Andrés Barrera Rodríguez

Sergio Andrés Granados Cortés

Tutor: Rodrigo Federico Barbagelata García

Administración de Negocios Internacionales

Escuela de Administración

Bogotá D. C, Colombia

2022

Declaración de originalidad y autonomía:

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el presente trabajo de grado, en la propuesta de solución a una problemática en el campo de conocimientos del programa de Administración de negocios internacionales por mi propia cuenta y que, por lo tanto, su contenido es original. Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo de grado no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación

Nicolay Barrera

Daniel Cubillos

Sergio Granados

Firmado en Bogotá, D.C. el 13 de Mayo de 2023

Declaración de exoneración de responsabilidad:

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autora. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Nicolay Barrera

Daniel Cubillos

Sergio Granados

Firmado en Bogotá, D.C. el 13 de Mayo de 2023

Índice General

| | |
|--|----|
| Índice General..... | 5 |
| Índice de figuras | 8 |
| Resumen..... | 10 |
| Palabras Clave: | 10 |
| Abstract | 11 |
| Key Words: | 11 |
| 1.Introducción..... | 12 |
| 2. Misión y Visión de la empresa | 13 |
| 2.1 Misión: | 13 |
| 2.2 Visión: | 14 |
| 2.3 Objetivos Específicos | 14 |
| 3. Audiencia | 16 |
| 4. Catálogo..... | 17 |
| 4.1 Transformer: | 17 |
| 4.1.1 Especificaciones: | 21 |
| 4.2 Moped: | 22 |
| 4.2.1 Especificaciones: | 24 |
| 4.3 Diferencias Clave | 25 |
| 5. DOFA..... | 25 |

| | |
|--|----|
| 5.1 Debilidades: | 25 |
| 5.2 Oportunidades: | 26 |
| 5.3 Fortalezas: | 27 |
| 5.4 Amenazas: | 27 |
| 6. Buyer Persona..... | 28 |
| 6.1 Buyer: | 28 |
| 6.2 Potencial: | 29 |
| 7. Análisis de la Competencia | 30 |
| 7.1 Auteco: | 30 |
| 7.2 NIU: | 33 |
| 8. Propuesta de Valor | 36 |
| 9. Segmento de clientes..... | 37 |
| 10. Posicionamiento SEO | 39 |
| 10.1 Listado de Keywords:..... | 40 |
| 10.2 Contenido: Formatos: fotos y videos | 40 |
| 11. Estrategias de Marketing | 41 |
| 11.1 Atracción: | 41 |
| 11.2 Conversión: | 43 |
| 11.3 Cierre: | 43 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| 11.4 Fidelización:..... | 44 |
| 11.5 Anuncio de Pago SEM: | 44 |
| 12. Cronograma de Actividades | 47 |
| 13. Bibliografía..... | 49 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Transformer roja, vista frente | 17 |
| Figura 2. Transformer roja, vista lateral | 18 |
| Figura 3. Transformer morada, vista frente | 18 |
| Figura 5. Transformer morada, vista superior | 19 |
| Figura 4. Transformer morada, vista lateral. | 19 |
| Figura 7. Transformer naranja, vista lateral..... | 20 |
| Figura 6. Transformer naranja, vista frente | 20 |
| Figura 8. Transformer naranja, vista superior | 21 |
| Figura 9. Moped morada..... | 22 |
| Figura 10. Moped blanca | 23 |
| Figura 12. Moped negra..... | 24 |
| Figura 11. Moped azul | 23 |
| Figura 13. Buyer Persona..... | 28 |
| Figura 14. Potencial Persona | 29 |
| Figura 15. Potencial Persona (1) | 29 |
| Figura 16. Propuesta de valor | 36 |
| Figura 17. Gráfico de la pirámide poblacional del país en el 2022..... | 37 |

| | |
|--|----|
| Figura 18. Infografía distribución de los estratos en Colombia. | 38 |
| Figura 19. Gráfica con metodología TAM/SAM SOM, para Yadea | 39 |
| Figura 20. Modelo de anuncio de pago SEM | 45 |
| Figura 21. Modelo de anuncio de pago SEM móvil | 46 |
| Figura 22. Modelo de web page móvil | 46 |
| Figura 23. Modelo de web page | 47 |

Resumen

En este texto se aborda el problema creciente de la contaminación en Bogotá, causado principalmente por los gases de efecto invernadero. A medida que la población de la ciudad ha aumentado, también lo ha hecho la contaminación por área. La alcaldía ha implementado diversas medidas para reducir la polución, como campañas publicitarias, incentivos a empresas ecológicas y la promoción de vehículos menos contaminantes. Durante el confinamiento, se observó una disminución en los niveles de contaminación atmosférica, especialmente en las mediciones de material particulado PM10 y PM2.5.

Ante este problema de contaminación, la empresa Yadea ve una oportunidad y una solución para la ciudad. Yadea es una empresa colombiana dedicada a la importación y comercialización de motores eléctricos, motocicletas tradicionales y accesorios, así como a brindar servicios técnicos relacionados con motores eléctricos. La empresa se destaca por su cultura de mejora continua y su entusiasmo por generar beneficios y contribuir al cambio que la ciudad necesita. Se reconoce a Yadea como una empresa comprometida con la innovación tecnológica y la sostenibilidad, lo que la convierte en la elección adecuada para el proyecto.

Palabras Clave:

Movilidad, Medio Ambiente, Motos Eléctricas, Innovación, Sostenibilidad

Abstract

This text addresses the growing problem of pollution in Bogotá, caused mainly by greenhouse gases. As the city's population has warned, so has pollution by area. The mayor's office has implemented various measures to reduce pollution, such as advertising campaigns, incentives for green companies, and the promotion of less polluting vehicles. During the confinement, a decrease in the levels of air pollution was demonstrated, especially in the measurements of PM10 and PM2.5 particulate matter.

Faced with this pollution problem, the Yadea company sees an opportunity and a solution for the city. Yadea is a Colombian company dedicated to importing and marketing electric motors, traditional motorcycles and accessories, as well as providing technical services related to electric motors. The company stands out for its culture of continuous improvement and its enthusiasm to generate benefits and contribute to the change that the city needs. Yadea is recognized as a company committed to technological innovation and sustainability, which makes it the right choice for the project.

Key Words:

Mobility, Environment, Electric Motorcycles, Innovation, Sustainability

1.Introducción

En los últimos años el planeta ha estado sufriendo un constante aumento de contaminación debido, principalmente, a los gases invernadero. Bogotá, por supuesto, no es la excepción de la regla, con el incremento de personas en la ciudad también ha incrementado la contaminación por área cuadrada, cada vez se necesita más transporte, más alimentos, más áreas de entretenimiento etc. Teniendo en cuenta lo anterior, la alcaldía en los últimos años ha estado muy enfocada en bajar los niveles de polución, ya sea con campañas publicitarias, con reducción de móviles a gasolina, con incentivos a empresas ecológicas entre otros. De hecho, gracias al confinamiento la concentración promedio de material particulado PM10, que mide la contaminación atmosférica de partículas de menos de un micrómetro, llegó a una medición de 34,4 microgramos por metro cúbico (μg), 0,6 menor a la registrada en 2019. Por su parte, para el PM2,5, la misma medición, la Veeduría estimó en 17.6 μg , es decir 0,4 menos que al año anterior al confinamiento. Asimismo, según la veeduría Distrital de Bogotá se encontró que la mayor cantidad de emisiones de gases efecto invernadero, procede de fuentes móviles. Es decir, que los mayores emisores de contaminación los hacen vehículos particulares, y en particular, el transporte de carga. Teniendo en cuenta lo anterior, podemos confirmar que Bogotá está haciendo avances en el tema de la contaminación, pero que todavía falta una revolución en el transporte para que la ciudad baje en gran medida los niveles de contaminación.

A partir de este problema, Yadea ve una oportunidad de empresa y asimismo una solución de mejora para la ciudad. Para empezar, Yadea, es una empresa colombiana dedicada a la importación y comercialización de motores eléctricos, motocicletas tradicionales, accesorios y elementos de seguridad para usuarios, juntamente con la prestación de servicios técnicos de los

bimotores eléctricos. Además, la empresa tiene una cultura de seguimiento y mejora continuo que caracteriza una empresa dinámica y entusiasta, esto lo vemos desde la cabeza hasta lo más bajos niveles de la empresa. Al final del día la empresa quiere generar beneficios, pero, sobre todo, ayudar a una ciudad que realmente necesita un cambio, quiere traer la tecnología y el pensamiento innovador para el avance en aspectos ecológicos y de sostenibilidad. Esto fue lo que nos hizo escoger a Yadea como empresa para el proyecto, ya que no es una empresa cualquiera, es un generador de oportunidades y futuro en Bogotá

2. Misión y Visión de la empresa

2.1 Misión:

Para entender la misión de la empresa, es importante entender que para Yadea la comodidad del ciudadano y el beneficio del medio ambiente los son todo, la empresa está realmente dedicada a que el cliente se sienta satisfecho con el producto que está comprando. Esto se debe a que, en el mercado de motos, pero sobre todo eléctricas, el seguimiento al usuario es pobre e ineficaz, a veces se prometen cosas que son difíciles de alcanzar o que el usuario no entiende del todo.

En Yadea los clientes lo primero, la empresa se encargará de que este conozca el producto que está comprando con el fin de satisfacer todas las necesidades que este tenga para que posteriormente pueda compartir y recomendar la empresa a otras personas. Pero lo anterior es solo contexto, centrando las ideas, la misión de Yadea es generar beneficios para el ciudadano

y el medio ambiente. Para esto, Yadea se basa en una cultura de seguimiento y mejora continua de los procesos de operación y comercialización. Además, con la colaboración dinámica y entusiasta de todo el talento humano, se quiere buscar la consolidación de la imagen y la marca.

2.2 Visión:

En cuanto a la visión de la empresa, esta quiere proyectarse hacia el año 2025, quieren ser reconocidos como una empresa innovadora en la distribución comercial de bicicletas eléctricas, motores eléctricos, motocicletas, accesorios y elementos de seguridad para los usuarios, en las principales capitales de Colombia. La empresa quiere que al ver el logo de Yadea se piense en calidad, ecología e innovación.

2.3 Objetivos Específicos

En pro de cumplir lo anteriormente mencionado, Yadea se ha puesto 3 objetivos específicos con los que quiere trazar el camino para a cumplir sus metas, el primero radica en plantear y llevar a cabo el posicionamiento de al menos dos puntos de venta en otras ciudades distintivas fuera de Bogotá. Hoy en día , Yadea solo posee un punto de venta, este está ubicado en la avenida Primera de mayo en Bogotá, para lograr ser reconocidos la empresa necesita expandir su territorio de impacto a otras ciudades, donde el mercado sea diferente, donde la personas son diferentes pero sobre todo sus necesidades son diferentes, al realizar su expansión de marca Yadea lograra satisfacer y atraer a más consumidores, asimismo, podrá aumentar la

participación dando señales claras de que la empresa tiene más experiencia y conocimiento, demostrando que se trata de una marca sólida y confiable.

El segundo objetivo específico puesto por la empresa es aumentar el ingreso de ventas en un 15% en Bogotá para finales del 2023, este objetivo se basa en el constante aumento en ventas de motos, de hecho, en los últimos 5 años, este parque automotor ha tenido un incremento de un 23%, algo impresionante en comparación a los demás vehículos de transporte. Tan grande es el crecimiento exponencial desde hace ya un tiempo, que en 10 años las motocicletas se han duplicado en el país. Esto es un fenómeno que muy probablemente siga ocurriendo los próximos años al aumentar el tráfico y el precio de la gasolina. Las motos se han vuelto en una solución para el ciudadano bogotano y no hay mejor opción calidad precio que las motos ecológicas.

El tercer objetivo se enfoca en desarrollar e implementar un plan post-venta, mejorando así la atención al cliente. Como se ha dicho anteriormente, Yadea está enfocado en la felicidad y satisfacción del cliente, desde que entra a la tienda hasta después de comprar el producto. En la empresa se quiere tener un seguimiento después de que se realice la venta, esto con el fin de humanizar y poner rostro a la empresa por medio de la atención al cliente, asimismo, se quiere que los consumidores entiendan que Yadea se preocupa por ellos y valora su opinión. Además, al dar una buena atención será más probable que el cliente recomiende la empresa, ayudando a el cumplimiento de los demás objetivos específicos

3. Audiencia

Para encontrar la audiencia de Yadea nos comunicamos con la empresa, esta nos informó que está compuesta principalmente por hombres y mujeres entre 20 y 40 años. Estos al ser lo que más se movilizan en la ciudad requieren de un transporte rápido, barato y de buena calidad. Asimismo, la empresa confirmó que sus clientes viven en la ciudad de Bogotá, tienen un nivel económico medio, utilizan frecuentemente la red social Facebook y se preocupan por el medio ambiente sin sacrificar la eficiencia en la movilidad. Esto nos confirma que Yadea está bien enfocada con su target, tiene personas afines con su empresa y que comparten unos valores similares, solo falta una buena estrategia de marketing digital que logre establecerla como una empresa líder en el mercado.

4. Catálogo

4.1 Transformer:

Figura 1. *Transformer roja, vista frente*



Fuente: Elaboración Propia

Figura 2. *Transformer roja, vista*



Fuente: Elaboración Propia

Figura 3. *Transformer morada, vista*



Fuente: Elaboración Propia

Figura 4. *Transformer morada, vista lateral.*



Fuente: Elaboración Propia

Figura 5. *Transformer morada, vista superior*



Fuente: Elaboración Propia

Figura 6. *Transformer naranja, vista frente*



Fuente: Elaboración Propia

Figura 7. *Transformer naranja, vista*



Fuente: Elaboración Propia

Figura 8. *Transformer naranja, vista superior*



Fuente: Elaboración Propia

4.1.1 Especificaciones:

- Baterías de 72v 20ah en plomo
- Tablero digital
- Alarma y encendido inalámbrico
- Llantas sellomaticas rin 10"
- Frenos de disco delantero y trasero
- Velocidad de 45 a 60 km/h
- Autonomía de 60 a 80 kms por carga
- Tiene un precio de 4.890.000
- Tienen garantía de 1 año motor y chasis

- Baterías garantía de 6 meses
- Es un vehículo para 2 pasajeros
- Soporta un peso máximo de 150 K

4.2 Moped:

Figura 9. *Moped morada*



Fuente: Elaboración Propia

Figura 10. *Moped blanca*



Fuente: Elaboración Propia

Figura 11. *Moped azul*



Fuente: Elaboración Propia

Figura 12. *Moped negra*



Fuente: Elaboración Propia

4.2.1 Especificaciones:

- Potencia 350 Watts
- Velocidad de 35-45 km/h
- Autonomía 60-80km x carga
- Tiempo de carga de 3 - 5 hrs
- Capacidad de carga 120 kg
- Batería de litio extraíble
- Llantas rin 10" sellomaticas
- Alarma, Encendido inalámbrico a distancia y puerto Usb para recarga

- Tablero digital a color
- Tiene un precio de 4.390.000
- Tienen garantía de 1 año motor y chasis
- Baterías garantía de 6 meses

4.3 Diferencias Clave

Yadea resalta, no solo por ser un símbolo internacional de transporte amigable, la empresa se preocupa por el cliente, responde a las dudas y colabora con el, de una manera amigable y eficiente, sin muchos reparos y evitando largos trámites causados por la burocracia empresarial.

Por otro lado, observamos una consideración a la hora de brindar los productos, en términos de precios y productos, son justos con los clientes brindando una solución al presente problema de movilidad, manteniendo la competencia frente a compañías que llevan años en el sector y recientemente incursionan en vehículos eléctricos.

Cabe mencionar que Yadea mantiene firme su compromiso con el medio ambiente, no solo en el uso de tecnologías, sino en demás procesos logísticos internos de la misma.

5. DOFA

5.1 Debilidades:

La rama colombiana, aún es joven, han crecido con el tiempo, pero a una velocidad constante, dado que el mercado es reacio a invertir en vehículos eléctricos, eso ha cambiado en los últimos 2 años, dado que en sus inicios promovieron una solución eficiente y bajo costo, no está del todo central, y por el momento cuenta con ubicaciones en una sola ciudad.

- Ubicación
- Tiempo/ Distribución
- Atención al cliente
- Brand identity

5.2 Oportunidades:

El mercado junto con los objetivos de desarrollo sostenible y la gran fuerza que ha tomado el activismo ha causado que el público deje de ver el transporte eléctrico como una última opción a una de las primeras en transporte, creando una nueva sección de mercado que se une a para reducir las emisiones de carbono (según los activistas).

Recientemente el mercado colombiano, brinda una oportunidad interesante, con respecto al alza de los precios de los hidrocarburos refinados, entre ellos la gasolina, creando brechas entre oferta y demanda de mercado que pueden ser subsanados por productos similares a los ofrecidos por Yadea

- Medios de difusión
- Normativas del país

- Mercado emergente

5.3 Fortalezas:

Apreciamos las cualidades que le permiten a Yadea ser competitiva en el mercado, contando con tecnologías modernas, 0 emisiones, junto con mejoras continuas en términos de atención al cliente.

- Innovación
- Precio
- Calidad
- Eco-friendly
- Spare Parts
- Servicio

5.4 Amenazas:

Como amenaza se encuentra los grandes competidores, que incursionan en este tipo de movilidad 0 emisiones, al igual que el limbo de incertidumbre por el nuevo gobierno, donde se desconocen las leyes que regirán en el territorio colombiano en 2023.

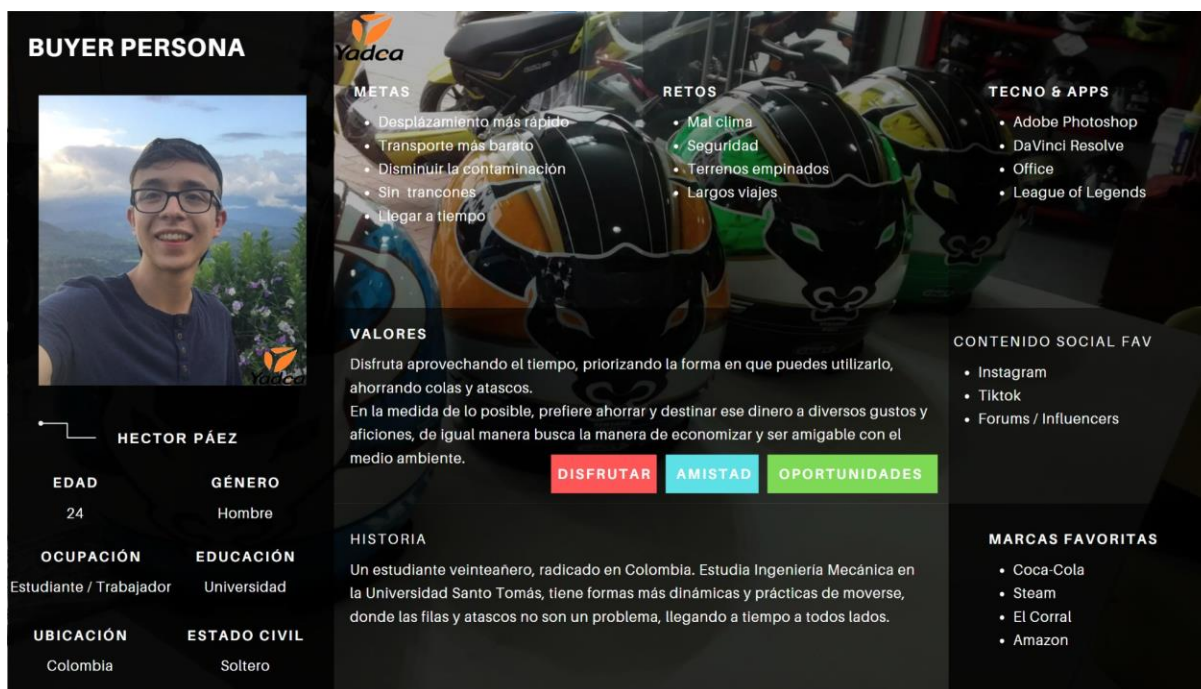
Los vehículos del mercado a gasolina ostentan ventajas en términos mecánicos y de repuestos.

- Competencia
- Nuevas normativas
- Mercado a gasolina

6. Buyer Persona

6.1 Buyer:

Figura 13. Buyer Persona



Fuente: Elaboración Propia

6.2 Potencial:

Figura 14. Potencial Persona

POTENCIAL PERSONA

METAS

- Disfruta de un buen viaje
- Ahorrar
- Prueba sin comprar
- Construye comunidad
- Llegar desde todas partes

RETOS

- Desplázate más rápido
- Transporte más barato
- Para disminuir la contaminación
- sin filas
- Llegar a tiempo

TECNO & APPS

- Netflix
- Candy Crush
- COD Mobile
- DbD Mobile

VALORES

Diviértirse en un ambiente dinámico, creativo y lleno de oportunidades. Le gusta estar con sus amigos y relajarse de vez en cuando, disfruta aprendiendo y riendo. Dispuesta a probar cosas nuevas que te ayuden en tu día a día

CONTENIDO SOCIAL FAV

- Whatsapp
- Tiktok
- Forums / Influencers
- Web pages

HISTORIA

Una estudiante veinteañera, ubicada en Bogotá Colombia. Estudia Diseño Gráfico en la Universidad Santo Tomás, quiere contar con medios de transporte más eficientes, que a su vez sean una inversión razonable, cuya utilidad se vea rápidamente sin olvidar algunas comodidades.

MARCAS FAVORITAS

- RockStar Games
- Steam
- Epic Games
- Ubisoft

SARA TORRES

EDAD 21 **GÉNERO** Mujer

OCUPACIÓN Estudiante / Trabajador **EDUCACIÓN** Universidad

UBICACIÓN Colombia **ESTADO CIVIL** Soltero

LEARNING FRIENDSHIP ENVIRONMENT

Fuente: Elaboración Propia

Figura 15. Potencial Persona (1)

POTENCIAL PERSONA

METAS

- Dar una buena vida a su familia
- Viajar
- Cumplir de buena manera su trabajo
- Pasar tiempo de calidad con sus seres queridos

RETOS

- Desplázate más rápido
- Evitar trancones
- Cumplir con los tiempos de los pedidos
- Dar un buen servicio
- Medio de transporte barato

TECNO & APPS

- Google Maps
- IFood
- Rappt
- Waze

VALORES

Para Edwin es muy importante llevar el pedido a su destino de manera rápida y segura, ya que esto le genera buenas calificaciones y asimismo le da mas probabilidades de propina. En el futuro quiere que su vida sea estable, tener sus cosas pero sobre todo proveer a su familia de la mejor manera posible

CONTENIDO SOCIAL FAV

- Whatsapp
- Twitter
- Instagram
- Web pages

HISTORIA

Edwin es hombre casado que trabaja en Bogotá, él es domiciliario y se caracteriza por dar el 100% en su trabajo, quiere ser reconocido por este, por esto hace esfuerzos para mejorar en su ocupación. Asimismo tiene una familia la cual es el motor de su vida y por la que se empeña día a día

MARCAS FAVORITAS

- Nike
- Crepes and Waffles
- Legó
- Google

EDWIN QUINTERO

EDAD 32 **GÉNERO** Hombre

OCUPACIÓN Domiciliario **EDUCACIÓN** Técnico

UBICACIÓN Colombia **ESTADO CIVIL** Casado

TRABAJO FAMILIA TIEMPO

Fuente: Elaboración Propia

7. Análisis de la Competencia

7.1 Auteco:

Para analizar la competencia más fuerte de Yadea en Colombia es importante saber sus antecedentes, como se creó y que lo hace tan fuerte en el territorio colombiano. Así Auteco es una empresa colombiana del sector industrial de ensamble de vehículos, esta fue fundada el 1° de septiembre de 1941 Paul Vásquez, un antioqueño que creció en Inglaterra, creó una empresa llamada Auteco técnica colombiana (Auteco), esta era una estación de gasolina que tenía un pequeño almacén de repuestos en Medellín. En 1945 Auteco fue pionero en la importación de motocicletas al país, en 1954 comenzó la comercialización de una de las motocicletas más populares en el país para esa época; la Lambretta. Con estos logros la empresa consiguió asociarse con la Colombiana de Automotores (Colmotores), lo que revolucionó el mercado de motocicletas en el país para siempre.

Pero para enfocarnos más en nuestro mercado, Auteco recientemente lanzó Auteco electric, su apuesta por la movilidad sostenible y la mitigación del impacto del cambio climático, estas motocicletas hoy complementan con un portafolio de vehículos eléctricos que van desde patinetas, bicicletas, ciclomotores, motocicletas. En 2021 la compañía ha comercializado más de 17.800 vehículos de movilidad eléctrica, logrando posicionarse como los líderes del mercado de vehículos cero emisiones en Colombia. Esto es un reflejo de su tradición y conocimiento del mercado colombiano, saben atacar las oportunidades emergentes y aprovechan la confianza y familiaridad del consumidor con su marca para venderle sus ideas nuevas e innovadoras.

En cuanto a su portafolio de motos eléctricas es de los más extensos del mercado. La cara de Auteco electric es Starker, la moto eléctrica más vendida a día de hoy en Colombia. Starker es un scooter totalmente eléctrico que posee una facilidad de manejo y un motor que te ofrece hasta 2500 W de potencia, lo que permite alcanzar hasta los 55 km/h. En cuanto a su forma es diferente a las motos eléctricas usuales y combina el azul con negro. Todas estas características son importantes, pero su factor diferencial es su accesibilidad en el precio, esta moto cuesta \$5.799.000, un precio en el que muchas personas están dispuestas a hacer la inversión.

Como la anteriormente mencionada Starker, también poseen otras marcas que hacen parte de Auteco mobility, entre estas se pueden resaltar la Super Coco que es una gama un poco más alta, sus precios rondan los 17 millones, pero presentan unas comodidades mayores a la anteriormente mencionada. También cuentan con la Wolf, es una motocicleta de 12 millones de pesos, tiene una potencia de 3000W y alcanza 80 km/h como velocidad máxima, esta es una moto práctica y de color generalmente Blanco. Finalmente, está la marca Segway, esta posee diferentes motos de precios y targets totalmente diferentes, tiene 2 motos para todos los terrenos, su potencia y ligereza son perfectas para terrenos montañosos, estas cuestan alrededor de 29 millones de pesos. Asimismo, la marca tiene otras 2 motos para ciudad, estas se caracterizan por tener un estilo formal y distinguido, su precio está alrededor de 10 millones.

Al analizar este amplio portafolio de motos que posee Auteco se evidencia el gran mercado que cubren sus productos, tienen una moto para cada sector del país. Si como usuario quiero algo de buena calidad precio voy a la Starker, si quiero algo de gama media voy a Segway, si quiero algo de gama alta para invertir una gran suma de dinero compro la Wolf o la Super Coco. Tienen tal variedad que poseen motos hasta para enduro y/o terreno montañoso, cubren todas las posibilidades para que el usuario se sienta atraído por sus productos y se decida

a realizar la compra. Y es que esto es lo más difícil de competir con Auteco, es un gigante en Colombia, no hay mercado que no conozca o en el cual no tenga presencia y experiencia.

Por otra parte, si nos enfocamos en su página web, esta posee un título llamativo y que se adapta perfectamente a la compañía. Su descripción es buena ya que introduce al usuario tanto a la página como sobre todo a la empresa. Si bien la empresa tiene claras sus palabras clave, sus imágenes no tienen una descripción exacta y definida, esto impide la fácil búsqueda de estas en la red, lo que termina por no aprovechar el potencial de atracción de estas al usuario. En cuanto a los enlaces la página destaca, posee diferentes enlaces tanto internos como externos, que facilitan su conexión con otras partes de la página y ayuda al posicionamiento de la misma.

Con relación a la optimización móvil la página Auteco destaca, su página es perfectamente adaptable y compatible, se ven perfectos los modelos y las letras en el móvil. Contrario a lo anteriormente mencionado, su tiempo de carga no es una de sus fortalezas, esta obtiene 37 puntos de 100 según la página Seigoo, esto impacta en la experiencia del usuario radicalmente, entre más tiempo de carga menos posibilidades de compra. Finalmente, su presencia en redes sociales es ejemplar, tienen una buena interacción con sus seguidores tanto en Facebook como en Instagram, en ella hallamos los productos muchas veces con famosos que llaman la atención del público.

Asimismo, estas tienen un ambiente juvenil, enfocadas a la mayoría de personas que tienen redes sociales, que por estas pueden ver y posteriormente comprar la moto que les haya captado su atención. Cuenta con aliados como DM (Dismerca Electric) y Be Electric movilidad sostenible.

7.2 NIU:

Niu es una empresa china que nació en el 2014 en Shanghái, una de las ciudades más congestionadas del mundo. Niu desde sus inicios ha querido redefinir la movilidad urbana contribuyendo de esta forma con la calidad de vida en el mundo, así crearon un método de movilización inteligente y económico. El cúmulo de estos factores ha dado como resultado una fórmula que ha convertido a NIU en una empresa líder a nivel mundial de scooters eléctricos. La empresa ha conseguido vender más de 810.000 unidades en todo el mundo. Asimismo, NIU cuenta con 1.064 tiendas exclusivas en China, más de 500 puntos de venta en Europa, y está presente en 34 países del mundo.

Niu marca el camino para las empresas de motorizados eléctricos, tanto así que salió a bolsa en Nasdaq en octubre de 2018, convirtiéndose en la primera compañía de scooters eléctricos en alcanzar este gran hito. Asimismo, el crecimiento de la empresa ha seguido siempre un ritmo exponencial, alcanzó los 190 millones de euros de facturación en el año 2018, un aumento del 79,2% respecto al año 2017. También es importante resaltar que las ventas de Niu en Europa se han duplicado anualmente desde su llegada a finales de 2016.

En cuanto a Niu Colombia la marca aumentó 62 % la venta de vehículos eléctricos en Colombia, en concordancia al mismo periodo del año anterior. Asimismo, Andrés David García, representante de NIU Colombia ha confirmado que, en busca de ofrecer una solución de movilidad para cada tipo de usuario, vieron la necesidad de completar el portafolio con la patineta eléctrica KQi3 Pro esta brinda todo tipo de comodidades innovadoras que buscan impactar al mercado y atraer nuevos clientes.

Con este contexto y antecedentes claros, vamos a evaluar los productos de Niu, las 4 motos más vendidas de la empresa son la Gova 03, MQI+ Sport, NQI Sport y la NQI GTS, sus precios respectivamente son \$ 6.890.000, \$ 6.890.000, \$ 7.890.000 y \$ 12.990.000. A partir de estos precios ya podemos sacar una conclusión, esta radica en que la empresa está guiada hacia el sector medio alto, los cuales se pueden dar la comodidad de gastar 7 o más millones de pesos en una moto eléctrica, de la misma forma estos son recompensados con comodidades en el vehículo como bluetooth, un deck, manubrio y llantas más anchas.

Para un análisis más detallado de Niu en Colombia, vamos a utilizar la página Seigoo, la cual nos analiza la página de Niu en Colombia y nos da aspectos positivos y negativos, lo cual nos ayuda para sacar conclusiones de esta y entender mejor la competencia. Así al realizar análisis de la página de esta empresa podemos ver que su título y vista previa son claros, pero que carece de meta descripción por lo que no está logrando captar el total de su mercado potencial, asimismo carece de palabras clave las cuales ayudarían a las búsquedas en redes y en los buscadores globales. También, la página carece de descripción o alt definido por lo que no es fácil encontrar imágenes de los productos y si se encuentran no se redireccionan a la página web. Por otro lado, la página cuenta con bastantes enlaces tanto internos como externos, estos favorecen la experiencia e interacción del usuario en la página. De igual forma, contiene bastantes redireccionamientos, lo que ayuda para que cierto porcentaje del tráfico también llegue al dominio secundario.

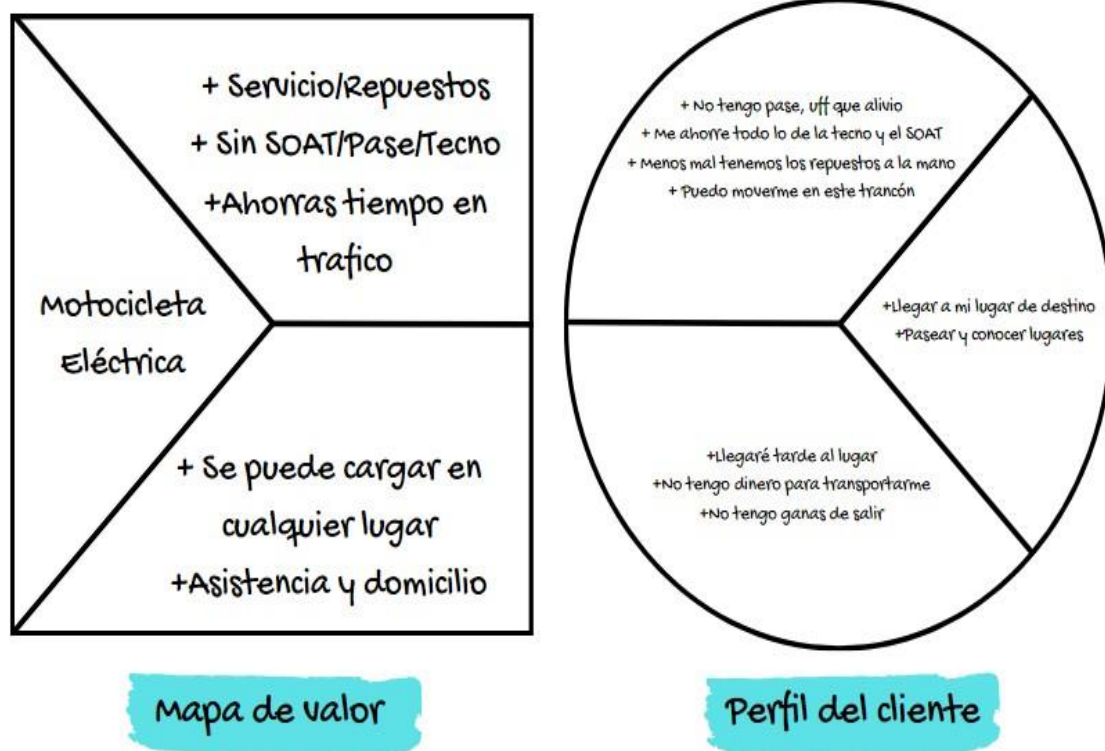
En cuanto a la página en celulares, está muy bien optimizada y cuenta con compatibilidad específica para estos, lo que hace que sea realmente fácil navegar e interactuar con esta en los celulares. Su tiempo de carga en todos los dispositivos es bastante rápido lo que mejora la experiencia de navegación que posteriormente puede convertirse en una compra. Además, tienen

buena presencia en redes sociales como facebook e instagram, en estas publican anuncios, imágenes o promociones que dan a conocer tanto la empresa como sus productos, esto logra que Niu le llegue a más gente y por lo tanto aumente sus posibilidades de venta.

8. Propuesta de Valor

Figura 16. Propuesta de valor

Propuesta de Valor

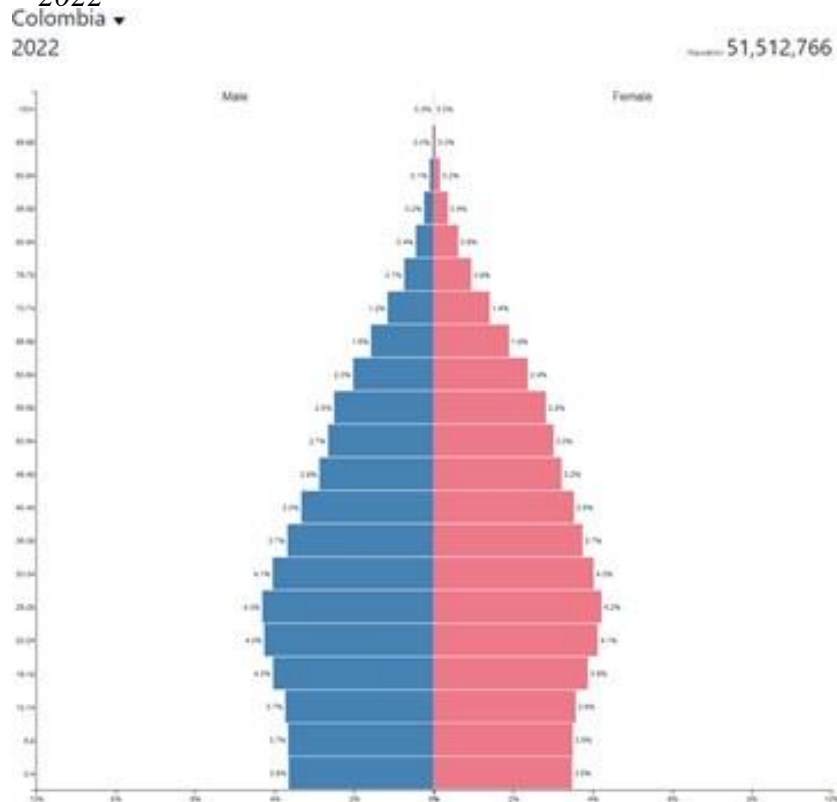


Fuente: Elaboración Propia

9. Segmento de clientes

Observamos que la población que corresponde al segmento es de aproximadamente 6.502.343, según la pirámide poblacional de Colombia, publicada por PopulationPyramid.net. Información que será considerada para expansiones futuras, actualmente se maneja la cifra en la ciudad de Bogotá con 3.871.650. (cifras de Statista)

Figura 17. Gráfico de la pirámide poblacional del país en el 2022



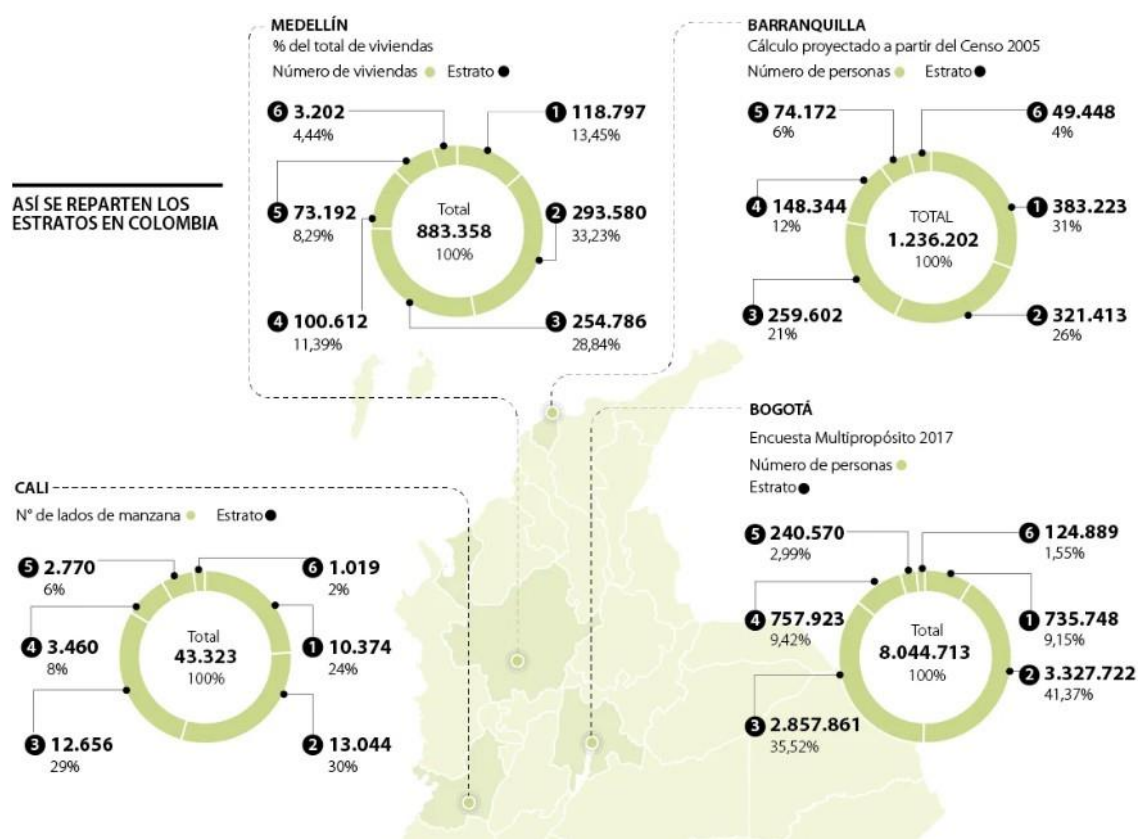
Fuente: Population Pyramid

Una serie de escalas de medidas nos ayudan a aproximar los rangos de edad, para la ciudad de Bogotá, se consideran los segmentos (20-24), (25-29) y (30-34) de la población masculina. Con alrededor de un millón.

Ahora cabe recalcar que por localización geográfica y el coste de los productos en sí mismos, van principalmente dirigidos a un público con ingresos bajos a medios. Con la participación de los estratos 1, 2 y 3.

Observamos en una encuesta realizada en el año 2019, por el diario la República, con lo cual llegamos a la conclusión de que podemos deducir que nuestro segmento mantiene los mismos porcentajes para el cálculo de clientes al alcance.

Figura 18. Infografía distribución de los estratos en Colombia.

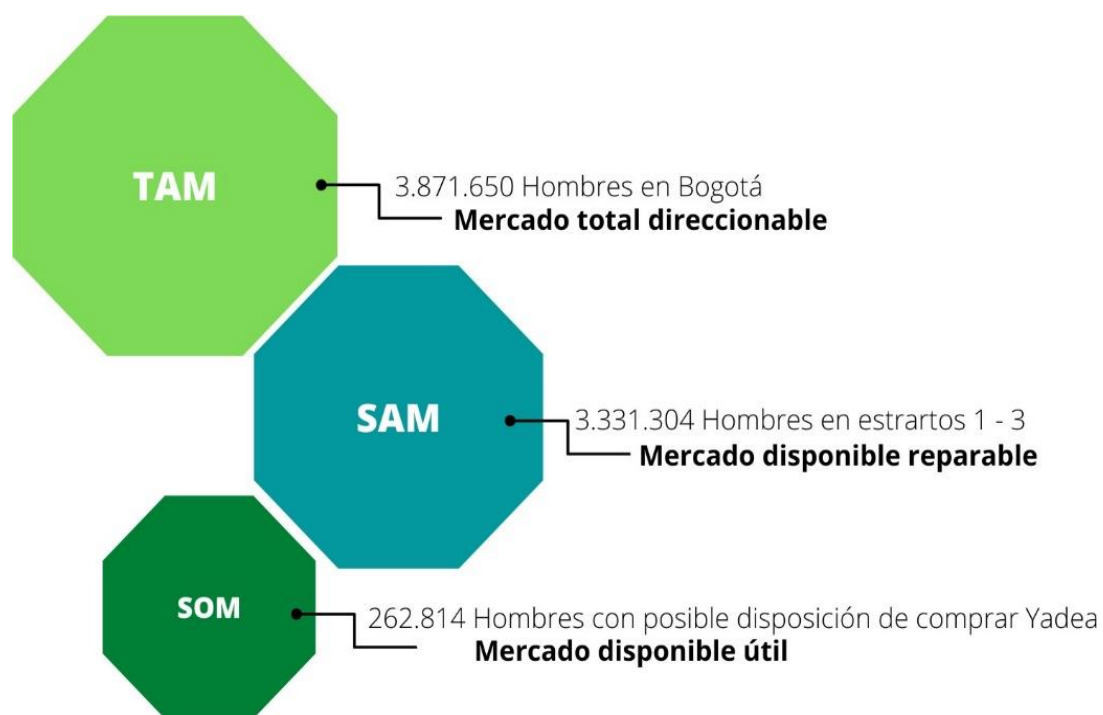


Fuente: La República (2019).

Observamos que desde el año pasado se presenta un aumento en las ventas de estos vehículos de un 21%, y contamos con 1.720 matrículas a corte de julio de 2022 en el transcurso del mismo. (sin tener en cuenta las que no requieren matrícula en el RUNT)

A continuación, encontramos con ayuda de la metodología TAM/SAM/SOM, el mercado total del que disponemos, del cual logramos abarcar cerca de 3.5%.

Figura 19. Gráfica con metodología TAM/SAM SOM, para Yadea



Fuente: Elaboración propia

10. Posicionamiento SEO

10.1 Listado de Keywords:

- Motos eléctricas Motos eléctricas Barranquilla
- Motos eléctricas Bucaramanga Motos eléctricas cerca de mí Motos eléctricas baratas
- Motos eléctricas Bogotá
- Motos eléctricas Bogotá precios Motos eléctricas Colombia Motos eléctricas Cali
- Motos eléctricas en Colombia Keyword Primaria: Motos eléctricas

10.2 Contenido: Formatos: fotos y videos

- Temas: Tips, consejos, datos curiosos, beneficios e información relevante sobre el producto.
- URL: <https://yadeamovimientoelectrico.com/>
- Meta Descripción: Motos eléctricas una solución ecológica y económica al latente problema de movilidad. Una manera de ayudar ayudando con cero emisiones.
- Título de la página: Yadea
- Título de contenido: Yadea Movimiento Electrico

Se hizo uso de keywordtool.io, una herramienta digital, capaz de buscar dentro de los distintos motores de búsqueda, con la cual se logró identificar algunas de las palabras clave de Google (escogimos este motor de búsqueda puesto que a nivel nacional no son muy famosos) con el fin de acercarnos más a los intereses de potenciales clientes encontrando maneras de alinear los objetivos de estos con los de la Yadea. Encontramos puntos importantes para el

desarrollo de Yadea en el tiempo, mejoras visuales, optimización de carga, etc. Junto con relaciones relevantes para la mejora del contenido digital.

11. Estrategias de Marketing

Primero que todo tenemos que la empresa YADEA Movimiento electrico cuenta con un problema bastante visible en cuanto a su brand identity y marketing digital, como también de su línea gráfica, por lo que dividiremos el plan dentro de las etapas en las que queremos mejorar y generar planes de acción, para así lograr establecer una personalidad e imagen clara de lo que quiere transmitir la marca a sus clientes, no obstante, para cualquier etapa se requiere primero un buen estudio de fotografías, teniendo que: Se propone contratar un estudio fotográfico para todos los productos y puntos de venta y así lograr representar la marca en la que se quiere, una empresa innovadora, en la que se tiene seguridad y donde se busca el cambio del medio ambiente por medio de la tecnología, buscando siempre el estilo urbano que es en estas ciudades donde se suplen las principales necesidades de nuestros consumidores, en las personas que estamos enfocados. Por lo que se da continuación a las partes:

11.1 Atracción:

Durante esta fase queremos mejorar la cantidad de tráfico que llega a la página web, como también a los puntos de venta que tenemos, por lo que mezclaremos diferentes estrategias

de marketing de contenido para tener una mejor atracción de los distintos públicos objetivos a los que queremos llegar.

La primera estrategia que lanzaremos será una publicidad en físico, Flyers, que estaremos repartiendo a nuestros clientes luego de su compra y en puntos concurridos donde haya bastante tráfico y en horas pico, con un llamado a la pérdida de tiempo que se presenta en la ciudad y la cantidad de actividades que se pueden hacer si se llegase a ahorrar este tiempo, de este modo generar una persuasión en el cliente que está en el atascamiento común de la ciudad, pero por otro lado en los puntos como la 116 con 19, en el parque de la 93 y en Chapinero donde frecuentan mucho trabajadores de delivery con un mensaje distinto, haciendo un llamado a el ahorro de dinero con un bimotor eléctrico, además de la eficiencia y la capacidad que tienen.

Luego de este modelo, tenemos una estrategia de marketing digital, donde se necesita la realización de campañas específicas para las redes de Instagram, Facebook y el buscador web Google, en un horario de almuerzo y horas de descanso dedicadas al ocio de las personas que trabajan una jornada completa, se eligen este tipo de redes debido a que son las más frecuentadas para nuestro público objetivo, donde se puede generar un buen impacto visual , fomenta la compra y un contacto fácil con el cliente a la hora de interesarse, como también , informar de los beneficios, son redes que se consultan mucho antes de realizar las compras e ideales para contenido que impacte gráficamente. Por otro lado, en el buscador, tenemos que hay que mejorar el tráfico en la página web, ya que, no se tiene una medía clara y son muy pocas personas las que conocen de la marca en el país por medió de la página web como todas sus funcionalidades.

11.2 Conversión:

En este punto tenemos planteado generar un remodeló de la página web, teniendo en cuenta que el tiempo de carga está muy por encima al del promedio de páginas de e-commerce de motocicletas eléctricas, por lo que, se buscará simplificar la página intentando generar espacios donde se pueda dar más visibilidad a los productos. Dejar de lado botones, como categorizaciones que lo único que hacen luego de un análisis extenuante es aburrir al consumidor. Por otro lado, se tienen que tener descripciones concisas de los productos, un carro de compras funcional, mejor adecuado para el producto que se tiene, sin dejar de lado unas piezas gráficas mucho mejores debido a que las imágenes expuestas generan un rebote muy elevado a la hora de tomar la decisión de comprar un producto.

Se propone tener un administrador de la página web, que nos pueda ayudar a realizar estos cambios a tiempo real, junto con la actualización de las piezas gráficas y generar si es posible mejores opciones de pago junto a toda la tienda virtual, de este modo generar un aumento en la conversión de las visitas que tiene la página.

11.3 Cierre:

En este proceso que llamaremos cierre, queremos tener la información de nuestro comprador, de nuestros clientes, qué es lo más valioso que podemos tener luego de que su bimotor eléctrico tenga alguna falla o quizá quieran comprar uno nuevo.

La estrategia la basaremos en actividades que se realizarán por medio de fotos y encuestas justo después de la venta del bimotor, si están interesados en compartir con nosotros su experiencia de compra. Esto está ligado a una invitación a un blog oficial de YADEA y a un grupo en Facebook, donde podrán comentar sus propias fotos y compartir sus distintas experiencias con la motocicleta, teniendo así reseñas valiosas que servirán más tarde para referenciar la marca en los espacios digitales.

11.4 Fidelización:

Una de las partes más importantes a la que queremos llegar con mayor impacto, queremos que nuestros clientes, sean fieles a nosotros y compren nuestras motos y demás productos, porque quieren hacerlo junto a nosotros, queremos que el cliente que tenga un producto nuestro vuelva y compre nuevos productos.

Para esto usaremos una estrategia de email marketing, por medio de newsletters, brindando información de nueva tecnología y modelos que presentamos como novedad dentro de la empresa, además, de generar anuncios por medio de google ads e incluso dentro de la misma página con unas buenas piezas gráficas. Pero también utilizaremos una estrategia de cross marketing, donde invitemos al cliente a comprar accesorios para su motocicleta eléctrica e intentar generar la recompra, buscando una nueva necesidad en el consumidor.

11.5 Anuncio de Pago SEM:

Con ayuda de Google Adwords, realizamos anuncios prototipos de anuncios para futuras campañas, en las cuales se dirigirán a la página, donde encontrarán modelos de motos eléctricas, junto con un gran catálogo de cascos, y accesorios para motocicletas. De igual forma está disponible la manera para interactuar con Yadea en sus redes sociales.

Figura 20. *Modelo de anuncio de pago SEM*

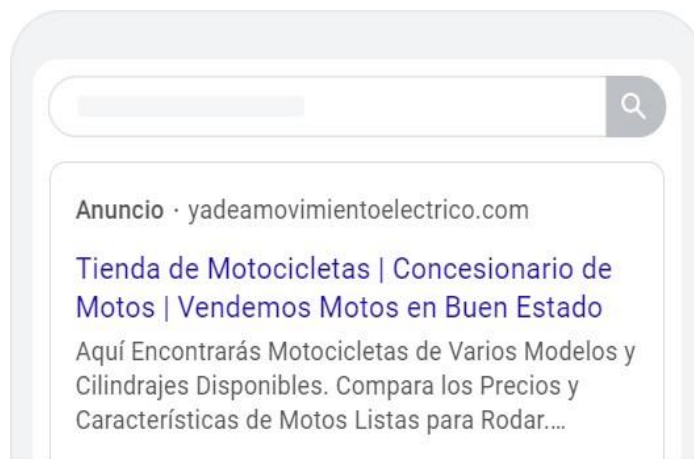
Anuncio · yadeamovimientoelectrico.com

Tienda de Motocicletas | Concesionario de
Motos | Vendemos Motos en Buen Estado

Aquí Encontrarás Motocicletas de Varios Modelos y
Cilindrajes Disponibles. Compara los Precios y
Características de Motos Listas para Rodar...

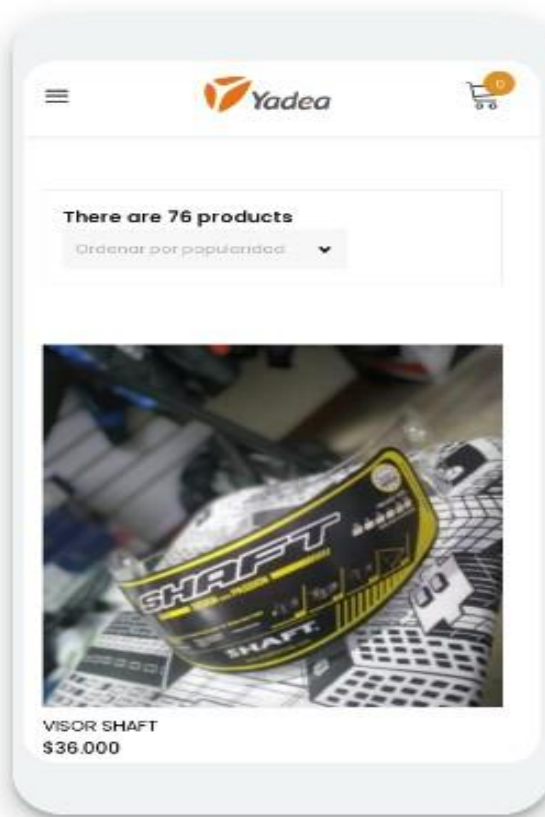
Fuente: Elaboración propia

Figura 21. Modelo de anuncio de pago SEM



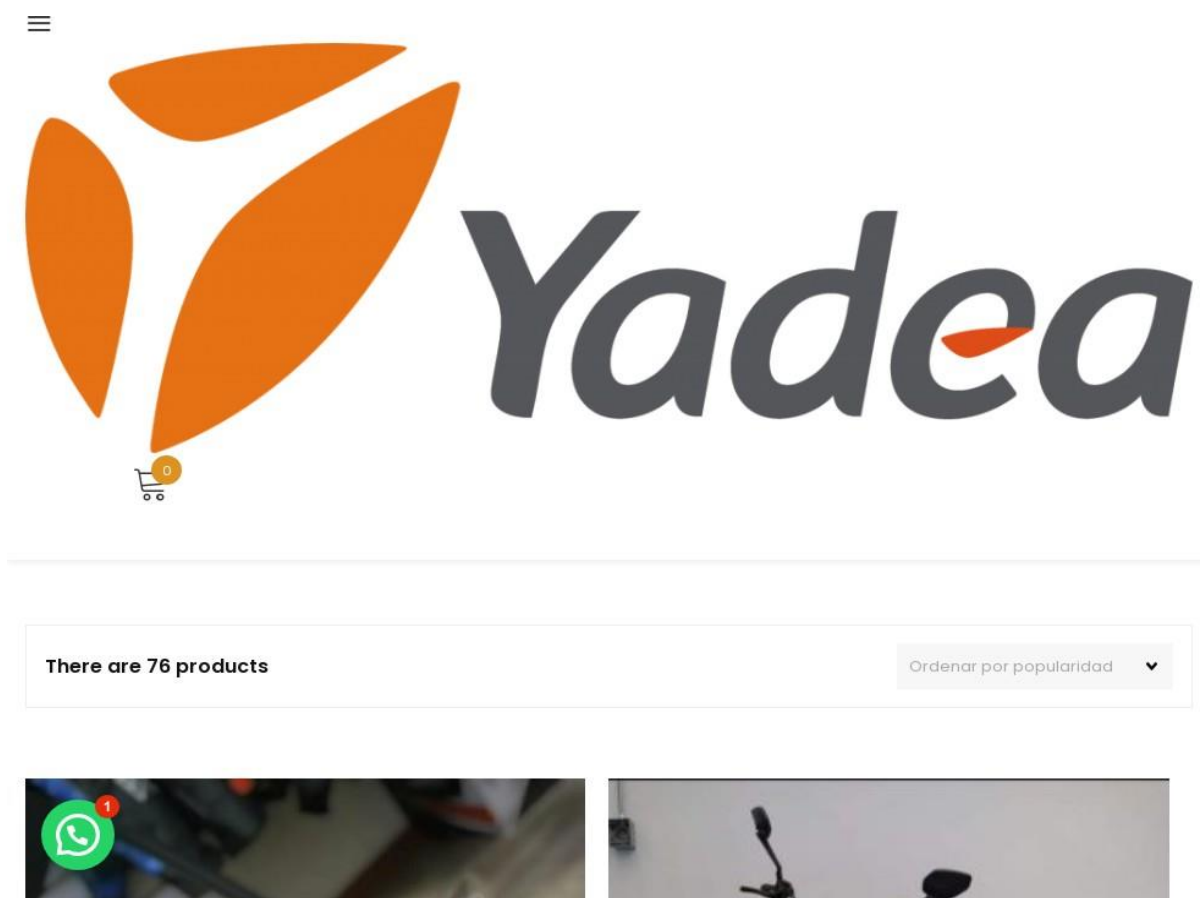
Fuente: Elaboración propia

Figura 22. Modelo de web page móvil



Fuente: Elaboración propia

Figura 23. *Modelo de web page*



Fuente: Elaboración propia


12. Cronograma de Actividades

Al analizar las redes sociales de Yadea encontramos que hay muy poca interacción entre empresa y usuarios, sus publicaciones son muy básicas, casi genéricas. Por esto se decidió impulsar estos medios con fuerza, queremos que las redes de Yadea obtengan vida, que los

usuarios interactúen con ella y entre ellos, así realizaremos diferentes campañas que atraerán la atención de las personas.

Por otro lado, se planea realizar un estudio de mercado enfocado en las motocicletas de los domiciliarios, esto con el fin de conocer el cliente, sus motivaciones, recursos, y a la competencia. Este es un mercado gigante que sería de gran interés para la empresa, por lo que antes de tomar decisiones apresuradas, consideramos que un estudio de mercado sería la herramienta indicada.

Anexo 1:

 **Calendario de Actividades**

13. Bibliografía

- Acosta, C. (2022). Motos eléctricas en el país representan 0,3% de las ventas totales de estos vehículos. *Diario La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/motos-electricas-en-el-pais-representan-0-3-de-las-ventas-totales-de-estos-vehiculos-3433044>
- Álvarez, C. (2022). Patinetas, motos y bicicletas eléctricas aumentaron su uso en la ciudad. *El Colombiano*. <https://www.elcolombiano.com/antioquia/pandemia-no-freno-venta-de-bicicletas-y-patinetas-electricas-en-la-ciudad-BD17056474>
- Bernal, I. (2022). AKT alcanza récord de ventas digitales y llevará motos a Curazao y Trinidad y Tobago. *Diario la República*. <https://www.larepublica.co/empresas/akt-alcanza-record-de-ventas-digitales-y-llevara-motos-a-curazao-y-trinidad-y-tobago-3362806>
- Cigüenza, N. (2019). Conozca cómo es el mapa de los estratos en las grandes ciudades de Colombia. *Diario La República; Diario La República*. <https://www.larepublica.co/economia/este-es-el-mapa-de-los-estratos-en-las-grandes-ciudades-del-pais-2866032>
- Departamento de Investigación de Statista. (2022). Número de habitantes en Colombia en 2022, por departamento. Estadísticas de actualidad sobre temas relevantes; Statista.es. <https://es.statista.com/estadisticas/1191612/numero-de-personas-en-colombia-por-departamento/#:~:text=En%20el%20mismo%20periodo%2C%20Bogot%C3%A1,1,6%2C89%20millones%20de%20habitantes.>

El País. (2019). Motos eléctricas: los beneficios que van más allá del 'boom' del momento. *El País*. <https://www.elpais.com.co/vehiculos/motos-electricas-los-beneficios-que-van-mas-alla-del-boom-del-momento.html>

Gonzales, A. (2022). NIU vende más de 160.000 scooters eléctricos en el primer trimestre de 2022. *Híbridos y Eléctricos*. https://www.hibridosyelectricos.com/patinetes/niu-vende-160000-scooters-electricos-primer-trimestre-2022_57030_102.html

NIU. (2022). Motos Eléctricas. <https://www.niucolombia.com/>

Population Pyramid. (2022). Population Pyramids of the World from 1950 to 2100. <https://www.populationpyramid.net/colombia/2022/>

Portal Movilidad. (2021). Proyectan ventas por un millón de scooters eléctricos y motocicletas por año hacia 2027. *Diario El Portal- Portal Movilidad*. <https://portalmovilidad.com/proyectan-ventas-por-un-millon-de-scooters-electricos-y-motocicletas-por-ano-hacia-2027/>

Portal Movilidad. (2022). Pese al descenso en ventas, Starker y Niu son las motos eléctricas favoritas en Colombia. *Diario El Portal- Portal Movilidad*. <https://portalmovilidad.com/pese-al-descenso-en-ventas-starker-y-niu-son-las-motos-electricas-favoritas-en-colombia/>

Publimotos. (2022). ¿Cuánto ha aumentado la venta de motos eléctricas en 2022? *Publimotos*. <https://publimotos.com/mactualidad/19-mundo/colombia/5663-cuanto-ha-aumentado-la-venta-de-motos-electricas-en-2022>

YADEA. (2022) Yadea: Movimiento Eléctrico. <https://yadeamovimientoelectrico.com/>