

"Acosta Repuestos", expansión al E-Commerce

Nombre: Acosta Diego Nicolas

DNI: 37.953.768

Legajo:

Carrera: Contador Público

Mail: diegoacosta637@gmail.com



índice

DENOMINACIÓN DEL PROYECTO	4
NATURALEZA DEL PROYECTO.....	4
a. Descripción.....	4
b. Justificación	5
c. Marco Institucional	6
d. Objetivos Generales y objetivos específicos	8
e. Componentes o resultados	9
Acciones a realizar.....	9
Optimización de la plataforma de e-commerce.....	10
Mejorar la logística y gestión de inventario.....	11
Fortalecer la estrategia de marketing	11
Capacitación y desarrollo del personal	12
Revisar y Adaptar los Modelos de Costos	13
Monitorear las Tendencias del Mercado	13
Diagrama de Gantt	14
Determinación de Recursos	15
Recursos Humanos	15
Recursos Materiales	17
Factores Externos.....	19
Económicos	19
Sociales.....	19
Tecnológicos.....	20
Legales y normativos.....	20
Competitivo.....	21
Análisis FODA del proyecto	21
Fortalezas	21
Oportunidades	22
Debilidades.....	22
Amenazas	23
Evaluación del proyecto	24
• Objetivos Iniciales:	24
• Resultados Obtenidos:	24

Análisis de viabilidad económica.....	24
Revisión de procesos operativos.....	25
Evaluación de la plataforma de e-commerce.....	25
Estrategia de marketing y ventas.....	26
Análisis de la competencia.....	26
Satisfacción del cliente.....	27
Cumplimiento de las normativas y regulaciones	27
Ventajas y desventajas de expandir mediante E-Commerce.....	28
Conclusión	29
Bibliografía	30
Anexo I – Flujo de fondos.....	32
Anexo II – Comparativo inversión inicial E-Commerce vs Tienda Física	32
Anexo III – Informes de Producción y Transferencias 23 vs 22.....	33

DENOMINACIÓN DEL PROYECTO

“Acosta Repuestos”, expansión al E-Commerce

NATURALEZA DEL PROYECTO

Se incluye en este apartado un desarrollo de las características del proyecto: la descripción del mismo, su justificación, el marco institucional o referencial que abarca, los objetivos tanto a nivel general como específico, y los resultados que se espera obtener hacia el final del proyecto.

a. Descripción

En un mundo cada vez más globalizado y conectado a las redes hay que re-inventarse constantemente para no quedarse en siempre en la venta presencial, perdiendo oportunidades de crecimiento y con riesgos de perder mucho mercado y clientes, dado que los usuarios hoy en día buscan cada vez más repuestos por plataformas como ser mercado libre, en este marco de la posibilidad de poder vender on-line y totalmente *on demand*, surge la necesidad de empezar a gestionar ventas mediante un sitio web, donde usuarios desde distintas localidades y puntos del país puedan acceder, comprar el repuesto que necesiten para su vehículo y lo puedan tener en su domicilio o el del tallerista en un lapso de tiempo razonable, no teniendo que recorrer tiendas consultando por la disponibilidad, precios, y perdiendo tiempo haciendo filas que en ocasiones se torna tedioso.

Para realizar esta innovación se deben realizar un estudio de costos de plataforma, mantenimiento (actualizaciones de precio, incorporación de productos, ampliación de zonas de entrega, etc), como así también una organización interna para evitar vender de manera presencial productos que fueron abonados de manera online, ya que se tendrían las dos modalidades de venta.

b. Justificación

Modalidad elegida: Intervención en el campo profesional.

Con esta modalidad se busca poder expandir el modelo de negocio actual hacia un e-commerce, dentro de una casa de repuestos, ubicada actualmente en la ciudad de Capilla del monte, Córdoba, Argentina, la cual es administrada en su totalidad por el dueño, quien está en el rubro automotor hace más de 25 años.

Teniendo en cuenta el contexto actual y de cambios constantes, con la digitalización a la vuelta de la esquina, es sumamente necesario sumar un canal digital para la venta de productos, lo que además proporciona una posibilidad de expansión rápida en el mercado, dado que, con plataformas como mercado libre de soporte, se pueden lograr resolver algunas cuestiones vinculadas a la venta.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que hoy en día el local comercial está ubicado en Capilla del Monte, Córdoba, Argentina un pueblo con no más de 13 mil habitantes, lo cual dificulta la expansión dentro del pueblo, teniendo que captar nuevos consumidores por el boca a boca y tratar de llegar a oídos de otros pueblos de la cercanía, tener en el porfolio productos de habitualidad y raros de conseguir, con el riesgo de que sean capital inmovilizado estos últimos en el caso de no venderse en el corto plazo, y que es una zona que tiene sus picos de venta durante la época fuerte de turismo y fin de semanas largos.

Otro punto a tener en cuenta, es que, al operar en paralelo con una modalidad de e-commerce, te da la posibilidad de tener una mayor planificación y previsión de productos a comprar, ya que no sería necesario tener el 100% del stock ofrecido disponible, teniendo desarrollados los proveedores a trabajar, en este sentido se puede evitar tener una gran parte del capital inmovilizado y hacer una rápida rotación del stock, además de ayudarte a estar ordenado, y a llevar un sistema de gestión, tanto para el manejo de stock, como para facturación y costos.

Tipo de intervención: Observacional y Experimental. Se opta por estos tipos de intervención para analizar y comprender la operatoria diaria, como organización, y sistema de costeo y fijación de precios.

Características del trabajo:

Es esencialmente cualitativo. El enfoque principal será comprender las dinámicas y los desafíos relacionados con desarrollar una expansión sana y ordenada del e-commerce. Además, dado el tipo de investigación a realizar, se va a poder desarrollar preguntas en varias fases del trabajo, durante, luego de la recopilación y posteriormente en el análisis. (Hernández Sampieri y otros, 2014)

Línea de investigación: El trabajo se encuadra en la línea de Desarrollo sostenible, ya que lo que se busca con este trabajo es lograr el crecimiento y expansión de una casa de repuesto a través del e-commerce, de una manera sana y conservar o mejorar los márgenes de utilidad obtenidos actualmente, como así también lograr una mejora en su organización, en si un desarrollo que no implique una desorganización en el modelo actual operativo, y ayude a ordenar administrativamente las tareas actuales, que sirva de incremental y en el peor de los casos, que la plataforma no de los frutos esperados, es una inversión recuperable al contrario de expandir mediante tienda física.

c. Marco Institucional

“Acosta Repuestos”, es una casa de repuestos de inyección electrónica, carburación, encendido y algo de accesorios de autos, ubicada en Capilla del Monte, Córdoba, Argentina cuya población no supera los 13 mil habitantes. Es un local de venta al público, atendido y administrado por su dueño, quien tiene una amplia trayectoria en el mundo automotriz, teniendo más de 30 años de experiencia en taller propio, y complementándolo en 2019 con la casa de repuestos, en un local propio. Inicialmente era exclusiva de repuestos de inyección electrónica, pero de a poco se fue expandiendo en las distintas ramas y aún se encuentra en crecimiento. Si bien su dueño y fundador no tenía vasta experiencia en comercio, de a poco fue encontrando el norte e hizo que vaya dando sus frutos y poder de a poco lograr que la casa de repuestos se auto sustente.

Como todo comercio, llega un punto en donde toca su techo, ya sea por razones presupuestarias, o por geografía, como en este caso, donde por más esfuerzo que se haga, resulta complicado seguir expandiéndose en el mismo local físico, dado

que ya capto la clientela de los alrededores, siendo la única casa de repuestos de inyección electrónica en varios kilómetros a la redonda. La prima opción de expansión se pensó en una sucursal más al sur de donde se ubica actualmente, pero para ello se necesitaba una inversión muy grande, salir a competir contra otros comercios del rubro ya instalados, y por sobre todo personal de confianza para el manejo del local. (Ver Anexo II)

Viendo las opciones, no era muy descabellado pensar en lograr la expansión que se necesitaba vía e-commerce, ya que se podrían buscar soluciones tanto para el consumidor (teniendo en cuenta como consumidor un mecánico/dueño de taller, como un particular que tiene un automotor), que normalmente tiene que abandonar su lugar de trabajo para realizar un recorrido y comprar los repuestos que necesita, como solucionar problemas puertas adentro, buscando aumentar la rotación de stock a menor costo, mejorar la planificación, mejorar el capital inmovilizado, y por sobre todo aumentar las ventas.

Actualmente en Argentina, con la situación económica actual, se producen dos situaciones:

Por un lado el revalúo constante de los autos O k.m, la gente está optando cada vez más en mantener su usado, ya que en promedio un auto nuevo cuesta en 18 a 23 millones de pesos, teniendo que poner mucho capital sobre el auto usado que venden, y teniendo en cuenta el costo que implica mantener un auto nuevo, sin contar que para el retiro hay que patentar el vehículo que no cuesta menos del 5% del valor del vehículo (para autos nacionales), esto se puede visualizar en los cuadros debajo, donde se muestra una caída en los patentamientos y un incremento de los vehículos transferidos y una caída en la producción de vehículos 0KM. En este sentido hay que destacar que a un auto usado hay que darle un mantenimiento más constante que a un auto nuevo y siempre hay piezas que se desgastan o se rompen y hay que reemplazar. (Ver Anexo III).

Por otro lado, muchas personas están optando por generar ingresos extra conduciendo su vehículo en plataformas como Uber, DiDi, Cabify, etc, no solo para el transporte de pasajeros, sino que también para el envío de productos, como así

también al estar tan desarrollado el e-commerce, hay muchos más vehículos destinados a la última milla de los productos que la gente normalmente compra vía online, en ese sentido, cabe destacar que al tener el coche en constante movimiento, y hacerle más kilómetros de lo normal, se traduce en un desgaste más temprano y eso a su vez en tener que reemplazar piezas de manera más constante.

d. Objetivos Generales y objetivos específicos

El objetivo general que se pretende obtener con este trabajo es desarrollar una plataforma online para expandir el negocio actual a un alcance nacional.

Para lograr lo anterior se necesita cumplir con los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado para entender resistencia al cambio del consumidor.
- Establecer una estrategia de redes sociales para generar impacto en el segmento deseado.
- Analizar la capacidad total de acopio de mercadería, sectorizado y rotulado.
- Costear un sistema de gestión para canalizar las ventas y dar un seguimiento de stock.
- Generar una estructura de costos.
- Analizar la viabilidad de tener envíos gratis y/o con un precio diferencial al resto.
- Realizar un comparativo de plataformas online en cual generar la tienda online.
- Evaluar un financiamiento en caso de tener que hacer un desembolso de dinero importante.
- Desarrollar un operador logístico confiable.

e. Componentes o resultados

Teniendo en cuenta el volumen de autos que circulan normalmente, la ola creciente de personas que se vuelcan a generar ingresos mediante plataformas de remis, o en casos alquilando los vehículos con este fin, se genera una creciente en la demanda de reparación de vehículos, y en ese sentido se vio un nicho de mercado que está creciendo cada vez más. Teniendo en cuenta que cada vez más gente opta por las compras en el mundo online, resulta interesante volcarse en este método de venta ya que sería un “win-win” para el cliente y el vendedor, dado que en ambos casos resulta importante la organización y obtener información del repuesto sin tener que moverse de la casa o puesto de trabajo, cosa que con este modelo se podría lograr.

Además, se puede lograr una expansión y crecimiento sano y sostenible, teniendo en cuenta que no se necesitaría realizar una inversión grande para comenzar con pequeñas pruebas dentro de algunas plazas principales, para analizar el funcionamiento y poder ir gestionando y corrigiendo errores en el proceso.

Acciones a realizar

En primera instancia se realizará un estudio de mercado para entender cuál sería el público a impactar, la cantidad de competencia actual, logística y costos de envío, zonas de mayor preponderancia.

Análisis FODA, para tener un diagnóstico inicial de la organización y poder ver las oportunidades actuales y poder ver de convertir las debilidades en oportunidades o fortalezas.

Por otro lado, realizar un análisis de costos, para garantizar que se pueden establecer precios de mercado, obteniendo márgenes aceptables y/o similares a los de la tienda física, teniendo en cuenta que se agregan costos.

Costear un sistema de stock, que permita tener los productos ordenados y sectorizado por categoría de producto y marca de auto. Tener los movimientos de stock al día, y que con este se puedan planificar las compras.

Realizar un diagrama de trabajo, entendiendo que hay que realizar cortes operativos de recepción de pedidos, para lograr un orden y metodología de trabajo que no afecte a la operatoria normal y habitual del local actual.

Costear una tienda online, que puede ser dentro de mercadolibre, tienda nube o similares, y en caso de no tener costos de mantenimiento, tener en claro las comisiones que estas plataformas cobran por venta, las funcionalidades que tiene cada una, con sus pros/contra.

Una vez definido el punto anterior, armar la tienda online propiamente dicha, con el catálogo completo, separado por marca de vehículo y tipo de repuesto.

Una vez validadas todas las acciones anteriores, lanzar una prueba piloto en un radio de 100kms a la redonda, para testear y poner a prueba el circuito de trabajo armado, para que, en caso de funcionar todo ok, ir a gran escala.

Implementar redes sociales para promocionar la tienda, recibir consultas y/o reclamos.

Lo dispuesto anteriormente se puede esquematizar y ordenar de la siguiente manera:

Optimización de la plataforma de e-commerce

- **Mejoras en la Experiencia del Usuario (UX):**
 - Realizar pruebas de usabilidad para identificar áreas de mejora en la navegación y el diseño del sitio web.
 - Implementar un diseño responsive que garantice una experiencia de compra óptima en dispositivos móviles.
- **Integración de Funcionalidades Avanzadas:**

- Añadir características como recomendaciones de productos personalizadas y chat en vivo para mejorar la experiencia de compra.
 - Implementar un sistema de recompensas o programa de fidelidad para incentivar compras repetidas.
- **Seguridad y Privacidad:**
 - Fortalecer las medidas de seguridad para proteger la información de los clientes y prevenir fraudes.
 - Revisar y actualizar las políticas de privacidad para asegurar el cumplimiento con las regulaciones de protección de datos.

Mejorar la logística y gestión de inventario

- **Optimización del Sistema de Gestión de Stock:**
 - Implementar soluciones tecnológicas para automatizar la gestión de inventario y reducir errores en la disponibilidad de productos.
 - Establecer procesos de control de calidad para asegurar la precisión en el manejo del inventario.
- **Eficiencia en el Procesamiento de Pedidos:**
 - Mejorar el flujo de trabajo en las áreas de picking y packing para acelerar el procesamiento de pedidos.
 - Considerar la implementación de sistemas de gestión de almacenes (WMS) para optimizar las operaciones logísticas.
- **Ampliación de Opciones de Envío:**
 - Evaluar la posibilidad de ofrecer opciones de envío gratuito o tarifas reducidas para aumentar la competitividad.
 - Explorar nuevas alianzas con operadores logísticos para mejorar la cobertura geográfica y reducir costos de envío.

Fortalecer la estrategia de marketing

- **Aumento de la Inversión en Publicidad Digital:**

- Incrementar el presupuesto para campañas de marketing digital, enfocándose en canales que generen el mayor retorno de inversión (ROI).
- Utilizar herramientas de análisis de datos para segmentar mejor el mercado y personalizar las campañas publicitarias.
- **Estrategias de Marketing de Contenidos:**
 - Crear contenido relevante y de valor para atraer y retener a los clientes, como guías de compra, tutoriales y artículos sobre el mantenimiento de vehículos.
 - Utilizar blogs y redes sociales para mejorar la visibilidad de la marca y establecerse como una autoridad en el mercado de repuestos de automóviles.
- **Fomento de la Interacción en Redes Sociales:**
 - Potenciar la presencia en redes sociales mediante la creación de contenido interactivo y el fomento de la participación de los usuarios.
 - Realizar concursos y promociones exclusivas para seguidores en redes sociales para aumentar el engagement.

Capacitación y desarrollo del personal

- **Formación Continua en E-commerce y Marketing Digital:**
 - Proporcionar capacitación regular a los empleados en áreas clave como la gestión del e-commerce, marketing digital y atención al cliente.
 - Fomentar el aprendizaje y la adopción de nuevas tecnologías y estrategias de marketing.
- **Desarrollo de Habilidades de Atención al Cliente:**
 - Entrenar al equipo de atención al cliente en técnicas de resolución de problemas y comunicación efectiva.
 - Implementar programas de formación en habilidades blandas para mejorar la interacción con los clientes.

- **Fomento de una Cultura de Innovación:**
 - Estimular la creatividad y la innovación entre los empleados, incentivando la propuesta de nuevas ideas y mejoras para el negocio.
 - Crear un entorno de trabajo que valore la adaptabilidad y la flexibilidad para responder a los cambios en el mercado.

Revisar y Adaptar los Modelos de Costos

- **Ajuste de Precios:**
 - Realizar un análisis de precios para asegurar que los productos sean competitivos en el mercado online sin comprometer la rentabilidad.
 - Considerar estrategias de precios dinámicos para ajustar los precios en función de la demanda y la competencia.
- **Reducción de Costos Operativos:**
 - Identificar áreas donde se pueden reducir costos operativos sin afectar la calidad del servicio o la experiencia del cliente.
 - Evaluar la posibilidad de optimizar los procesos internos para mejorar la eficiencia y reducir gastos.
- **Análisis de la Rentabilidad de Productos:**
 - Realizar un análisis detallado de la rentabilidad de cada producto para identificar los artículos más y menos rentables.
 - Ajustar el catálogo de productos para enfocarse en aquellos que generen mayores márgenes de beneficio.

Monitorear las Tendencias del Mercado

1. **Seguimiento de las Tendencias de E-commerce:**
 - Mantenerse al tanto de las últimas tendencias en el comercio electrónico y la tecnología para identificar oportunidades de mejora e innovación.
 - Participar en eventos y conferencias de la industria para aprender de otros líderes del mercado y compartir experiencias.

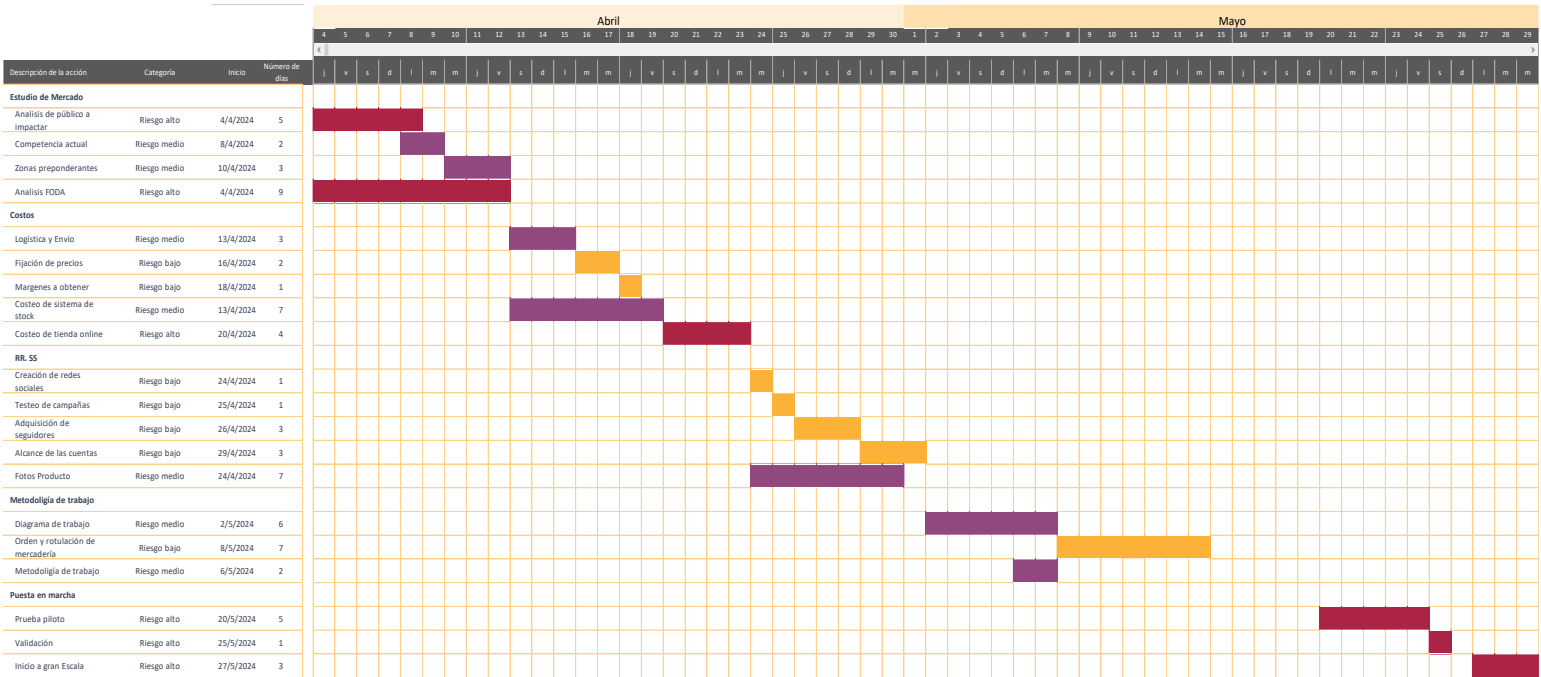
2. **Análisis de la Competencia:**

- Realizar un análisis continuo de la competencia para entender sus estrategias y adaptarse a las dinámicas del mercado.
- Identificar las mejores prácticas y áreas donde “Acosta Repuestos” puede diferenciarse y mejorar su propuesta de valor.

3. **Evaluación de Nuevos Mercados:**

- Explorar la posibilidad de expandirse a nuevos mercados o segmentos de productos que puedan complementar la oferta actual.
- Realizar estudios de mercado para identificar oportunidades de crecimiento y expansión geográfica.

Diagrama de Gantt



Determinación de Recursos

Recursos Humanos

- Gerenciamiento del proyecto, supervisar el proyecto de expansión hacia el e-commerce. Coordinar los distintos estadios, análisis de costos y seguimiento del cronograma, y asegurarse de que el proyecto esté alineado con los objetivos comerciales.

- **Desarrollador Web / Programador:**
 - **Rol:** Crear y mantener la plataforma de e-commerce.
 - **Responsabilidades:**
 - Desarrollo y diseño del sitio web.
 - Integración de sistemas de pago.
 - Configuración de funciones de comercio electrónico, como carritos de compra y gestión de inventarios.
 - Mantenimiento y actualización del sitio web.
 - Asegurar la seguridad y protección de datos de los clientes.
 - **Competencia necesaria:** Conocimientos de programación (HTML, CSS, JavaScript, etc.), experiencia con plataformas de e-commerce, habilidades de diseño web y seguridad cibernética.

- **Especialista en Marketing Digital:**
 - **Rol:** Promocionar la tienda online y atraer clientes.
 - **Responsabilidades:**
 - Desarrollo y ejecución de estrategias de marketing digital.
 - Gestión de campañas publicitarias en plataformas como Google Ads, Facebook Ads, etc.
 - Creación y gestión de contenido en redes sociales.
 - Optimización para motores de búsqueda (SEO).

- Análisis de datos de marketing y ajuste de estrategias basadas en resultados.
 - **Competencia necesaria:** Conocimiento en marketing digital, manejo de herramientas de análisis de datos, habilidades de comunicación y creatividad.
- **Agencia de Logística y Operaciones:**
 - **Rol:** Gestionar la cadena de suministro y los envíos.
 - **Responsabilidades:**
 - Coordinación con operadores logísticos y proveedores.
 - Gestión del inventario, asegurando la disponibilidad de productos.
 - Optimización del proceso de picking y packing.
 - Supervisión de la entrega de productos y resolución de problemas de envío.
 - Se requerirá la capacitación del personal actual par que cuente con el conocimiento en logística y gestión de la cadena de suministro, habilidades organizativas y de resolución de problemas de esta índole.
- **Atención al Cliente:**
 - **Rol:** Proporcionar soporte a los clientes de la tienda online.
 - **Responsabilidades:**
 - Gestión de consultas y soporte técnico.
 - Manejo de devoluciones y reclamaciones.
 - Asistencia en la navegación y uso del sitio web.
 - Seguimiento postventa y fidelización de clientes.
 - Para este punto se pueden tomar tres tipos de decisiones, o bien se terceriza, se contrata un empleado que parte de sus tareas consten en la atención al cliente online, o se gestiona el tiempo del local para que, con la estructura actual se le dedique algunas horas al día para la resolución de inconvenientes o contestar dudas.
- **Contador:**
 - **Rol:** Planificación financiera y análisis de viabilidad económica.

- **Responsabilidades:**
 - Desarrollo de un presupuesto para el proyecto.
 - Análisis de costos y previsión de ingresos.
 - Gestión de la contabilidad y las finanzas del e-commerce.
 - Evaluación de la rentabilidad y retorno de la inversión.
- **Habilidades Requeridas:** Conocimientos en finanzas, contabilidad, análisis económico y gestión de presupuestos.
- **Asesor Legal:**
 - **Rol:** Asegurar el cumplimiento legal del e-commerce.
 - **Responsabilidades:**
 - Asegurar el cumplimiento de las leyes de comercio electrónico.
 - Gestión de temas de privacidad y protección de datos.
 - Revisión de términos y condiciones, y políticas de devolución.
 - Asesoramiento sobre propiedad intelectual y regulaciones comerciales.
 - **Habilidades Requeridas:** Conocimiento en derecho comercial y regulaciones de e-commerce.

Recursos Materiales

- **Infraestructura Tecnológica:**
 - **Servidor Web:** Para alojar el sitio web si se elige una solución personalizada.
 - **Plataforma de E-commerce:** Considerar opciones como Tienda Nube, Mercado Libre, Shopify, etc., según las necesidades de la empresa.
 - **Sistema de Gestión de Inventario:** Software para manejar el stock disponible tanto en la tienda física como en la tienda online.

- **Sistema de Pago Electrónico:** Integración con servicios como PayPal, Mercado Pago, entre otros.
- **Software de Gestión Empresarial:** ERP (Enterprise Resource Planning) para integrar todas las áreas del negocio y CRM (Customer Relationship Management) para gestionar las relaciones con los clientes.
- **Equipos Informáticos:**
 - **Computadoras y Dispositivos Móviles:** Para el equipo de trabajo, especialmente para roles que manejan el sitio web, marketing y atención al cliente.
 - **Dispositivos de Escaneo y Etiquetado:** Para la gestión eficiente del inventario y preparación de envíos.
- **Espacio de Almacenamiento:**
 - **Almacenamiento Adicional:** Para productos destinados a la venta online.
 - **Áreas de Picking y Packing:** Espacio designado para preparar los productos para el envío.
- **Materiales de Empaque:**
 - **Cajas y Bolsas:** Diferentes tamaños para el envío de productos.
 - **Material de Embalaje:** Protección para evitar daños durante el transporte.
 - **Etiquetas y Elementos de Identificación:** Para asegurar la correcta entrega de los productos.
- **Soluciones de Logística:**
 - **Servicios de Courier:** Contratación de empresas de logística para la distribución de productos.
 - **Vehículos Propios (opcional):** Para la entrega local de productos, si es viable.

Factores Externos

Económicos

- **Condiciones Macroeconómicas:**
 - **Inflación:** La alta inflación puede afectar los costos operativos y de productos, impactando los márgenes de beneficio y la capacidad de fijar precios competitivos.
 - **Fluctuación del Tipo de Cambio:** Para productos importados o cuando se reciben pagos en moneda extranjera, las fluctuaciones pueden impactar significativamente en los costos y precios.
- **Poder Adquisitivo del Consumidor:**
 - **Recesión Económica:** Una recesión puede reducir el poder adquisitivo y la demanda de productos no esenciales, como algunos repuestos automotrices.
 - **Cambio en el Comportamiento del Consumidor:** La percepción de valor y la disposición a gastar pueden variar según las condiciones económicas y sociales.

Sociales

- **Cambios en las Preferencias del Consumidor:**
 - **Adopción de Tecnologías Digitales:** La disposición de los consumidores a comprar repuestos online en lugar de visitar tiendas físicas.
 - **Tendencias de Mantenimiento de Vehículos:** Mayor tendencia a reparar y mantener vehículos usados puede aumentar la demanda de repuestos.
- **Demografía y Urbanización:**

- **Distribución Geográfica de Clientes:** La ubicación de los clientes potenciales y la accesibilidad de servicios de entrega pueden afectar la expansión del e-commerce.
- **Densidad de Población y Tráfico de Vehículos:** En áreas con alta densidad de vehículos, la demanda de repuestos automotrices tiende a ser mayor.

Tecnológicos

- **Innovaciones Tecnológicas:**
 - **Nuevas Plataformas de E-commerce:** La evolución y disponibilidad de nuevas herramientas y plataformas que pueden ofrecer mejores funcionalidades y experiencias.
 - **Automatización y IA:** La implementación de inteligencia artificial y automatización para mejorar la eficiencia en la gestión del inventario y la atención al cliente.
- **Infraestructura Digital:**
 - **Acceso a Internet:** La disponibilidad y calidad del acceso a internet en diferentes regiones pueden influir en la capacidad de los clientes para comprar online.
 - **Seguridad Cibernética:** Riesgos asociados con la seguridad de los datos y la protección contra ciberataques.

Legales y normativos

- **Regulaciones del Comercio Electrónico:**
 - **Protección de Datos y Privacidad:** Cumplimiento con leyes y regulaciones sobre la protección de datos personales de los clientes.
 - **Políticas de Devolución y Garantías:** Requisitos legales para la devolución de productos y garantías que deben ofrecerse a los consumidores.
- **Regulaciones Aduaneras y de Importación:**

- **Aranceles y Restricciones de Importación:** Impacto de los aranceles y restricciones en la importación de productos o componentes.
- **Cumplimiento Normativo:** Asegurarse de que todos los productos cumplen con las normativas locales e internacionales.

Competitivo

- **Intensidad de la Competencia:**
 - **Competencia Directa:** La presencia de competidores bien establecidos en el mercado de repuestos automotrices online.
 - **Competencia Indirecta:** Competencia de otros canales de venta como tiendas físicas, plataformas de mercado generalistas (Mercado Libre), y vendedores informales.
- **Nuevas Entradas al Mercado:**
 - **Barreras de Entrada:** La facilidad con la que nuevos competidores pueden entrar al mercado y ofrecer productos similares.
 - **Innovaciones de Competidores:** La capacidad de los competidores para innovar y ofrecer mejores productos o servicios puede afectar la posición en el mercado.

Análisis FODA del proyecto

Fortalezas

- **Experiencia del Negocio:**
 - La tienda “Acosta Repuestos” cuenta con una amplia experiencia en el mercado de repuestos automotrices, lo que le proporciona un conocimiento profundo del sector y de los productos.
- **Gestión Familiar:**
 - La sinergia entre padre e hijo en la gestión del negocio aporta una combinación de experiencia y nuevas perspectivas, facilitando la adaptación y el dinamismo en la toma de decisiones.
- **Reputación Local:**

- Establecida como una referencia en Capilla del Monte, la tienda goza de una buena reputación y lealtad de clientes locales, lo que puede trasladarse a una base de clientes online.
- **Especialización en Repuestos de Inyección Electrónica:**
 - Ser la única tienda especializada en este tipo de repuestos en la región le otorga una ventaja competitiva inicial al expandirse al e-commerce.

Oportunidades

- **Crecimiento del E-commerce:**
 - La expansión del comercio electrónico en Argentina presenta una oportunidad significativa para captar una nueva clientela y aumentar las ventas.
- **Demanda de Repuestos Usados:**
 - La creciente tendencia a mantener y reparar vehículos usados amplía el mercado potencial para la tienda, especialmente en repuestos específicos como los de inyección electrónica.
- **Acceso a Nuevos Mercados:**
 - La plataforma online permitirá llegar a clientes en toda la provincia de Córdoba e incluso a nivel nacional, superando las limitaciones geográficas actuales.
- **Incorporación de Tecnologías Innovadoras:**
 - La adopción de nuevas tecnologías para la gestión de inventarios, marketing digital y atención al cliente puede mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

Debilidades

- **Falta de Experiencia en E-commerce:**
 - La falta de experiencia previa en la gestión de una tienda online y en estrategias de marketing digital puede ser un desafío inicial para la implementación del proyecto.

- **Recursos Financieros Limitados:**
 - Las restricciones presupuestarias pueden limitar la capacidad de inversión en tecnología avanzada y campañas de marketing de gran alcance.
- **Dependencia de la Gestión Familiar:**
 - La dependencia de un equipo de gestión pequeño puede limitar la capacidad de la empresa para manejar el crecimiento rápido y la expansión de operaciones.
- **Capacidad Logística:**
 - La infraestructura logística actual puede no estar preparada para manejar un aumento significativo en el volumen de pedidos y entregas a larga distancia.

Amenazas

- **Competencia Online Intensa:**
 - La competencia de grandes plataformas de e-commerce y otras tiendas de repuestos online puede dificultar la captación de clientes y la posición en el mercado.
- **Inestabilidad Económica:**
 - La volatilidad económica y la inflación en Argentina pueden afectar el poder adquisitivo de los consumidores y la viabilidad financiera del proyecto.
- **Riesgos de Seguridad Cibernética:**
 - Las amenazas de seguridad cibernética, como el robo de datos y los ataques de hackers, representan un riesgo significativo para la operación de una tienda online.
- **Cambios Regulatorios:**
 - Las regulaciones cambiantes sobre el comercio electrónico, la protección de datos y las políticas de devolución pueden requerir adaptaciones costosas y rápidas.

Evaluación del proyecto

Revisión de objetivos y resultados esperados

- **Objetivos Iniciales:**

- Evaluar si el objetivo general de desarrollar una plataforma online para expandir el negocio a un alcance nacional es alcanzable.
- Revisión de los objetivos específicos: estudio de mercado, estrategia de redes sociales, capacidad de acopio, sistema de gestión, estructura de costos, envíos, plataformas online, financiamiento y logística.

- **Resultados Obtenidos:**

- Comparar los resultados reales con los resultados esperados.
- Analizar el progreso hacia cada objetivo específico.
- En caso de no lograr los resultados esperados, realizar expansiones en localidades específicas para encontrar errores/desvíos en el proyecto.

Análisis de viabilidad económica

- **Presupuesto y Costos:**

- Evaluar si el presupuesto asignado fue suficiente y si los costos se mantuvieron dentro de los límites previstos.
- Revisar los costos operativos adicionales introducidos por el e-commerce.

- **Rentabilidad y ROI:**

- Calcular el retorno de la inversión (ROI) del proyecto.
- Analizar la rentabilidad a corto y largo plazo del e-commerce.

- **Financiamiento:**

- Evaluar la necesidad de financiamiento adicional y su impacto en la salud financiera de la empresa.
- Revisar las fuentes de financiamiento utilizadas y su costo.

Revisión de procesos operativos

- **Gestión de Stock y Logística:**
 - Evaluar la eficiencia en la gestión del inventario y los tiempos de entrega.
 - Identificar y solucionar problemas en el proceso de picking y packing.
- **Atención al Cliente:**
 - Analizar la calidad del soporte al cliente y la capacidad para resolver problemas.
 - Evaluar el impacto de la atención al cliente en la satisfacción y fidelización de los clientes.
- **Procesos Internos:**
 - Identificar áreas de mejora en la coordinación y comunicación entre los equipos.
 - Evaluar la necesidad de automatización y mejoras tecnológicas en los procesos operativos.

Evaluación de la plataforma de e-commerce

- **Usabilidad y Funcionalidad:**
 - Revisar la facilidad de uso del sitio web y su capacidad para proporcionar una experiencia de compra fluida.
 - Evaluar la funcionalidad de las características del e-commerce, como el carrito de compras, el proceso de pago y la gestión de cuentas de usuario.
- **Seguridad y Protección de Datos:**
 - Asegurar que se han implementado medidas adecuadas para proteger los datos de los clientes.
 - Revisar la efectividad de las medidas de seguridad contra amenazas cibernéticas.
- **Compatibilidad y Rendimiento:**

- Evaluar la compatibilidad del sitio con diferentes dispositivos y navegadores.
- Analizar el rendimiento del sitio web en términos de velocidad de carga y capacidad de manejo de tráfico.

Estrategia de marketing y ventas

- **Efectividad de las Campañas:**
 - Analizar el rendimiento de las campañas de marketing digital en términos de generación de tráfico y conversión de ventas.
 - Evaluar la efectividad de las estrategias de SEO y publicidad pagada.
- **Gestión de Redes Sociales:**
 - Revisar la presencia y el impacto de la empresa en las redes sociales.
 - Evaluar la interacción con los clientes y la efectividad de las estrategias de contenido.
- **Análisis de Ventas:**
 - Analizar los patrones de venta y la contribución del e-commerce al total de ingresos de la empresa.
 - Identificar productos más vendidos y áreas de oportunidad.

Análisis de la competencia

- **Comparación con Competidores:**
 - Comparar el desempeño del e-commerce de “Acosta Repuestos” con otros jugadores en el mercado.
 - Evaluar las estrategias de precios, promociones y servicios adicionales que ofrecen los competidores.
- **Análisis de Posicionamiento:**
 - Evaluar cómo se posiciona “Acosta Repuestos” en el mercado online en comparación con sus competidores.

- Identificar oportunidades para mejorar la propuesta de valor y la diferenciación.

Satisfacción del cliente

- **Feedback de Clientes:**
 - Recopilar y analizar opiniones y comentarios de los clientes sobre la experiencia de compra.
 - Identificar áreas de mejora basadas en el feedback de los clientes.
- **Retención y Fidelización:**
 - Evaluar la tasa de retención de clientes y las estrategias para fidelizar a los clientes recurrentes.
 - Analizar el impacto de la atención al cliente y las políticas de devolución en la satisfacción del cliente.
- **Indicadores de Satisfacción:**
 - Utilizar indicadores como la puntuación neta del promotor (NPS) y la satisfacción del cliente (CSAT) para medir la satisfacción general de los clientes.

Cumplimiento de las normativas y regulaciones

- **Cumplimiento Legal:**
 - Asegurarse de que todas las operaciones de e-commerce cumplen con las leyes y regulaciones aplicables.
 - Revisar la conformidad con las políticas de protección de datos y privacidad.
- **Políticas Comerciales:**
 - Evaluar la claridad y efectividad de los términos y condiciones, y las políticas de devolución.
 - Asegurar la transparencia y equidad en las prácticas comerciales.
- **Regulaciones Internacionales:**

- Considerar el cumplimiento con las regulaciones internacionales si la empresa planea expandirse fuera de Argentina.
- Evaluar la necesidad de adaptar las prácticas comerciales para cumplir con las normativas de otros países.

Ventajas y desventajas de expandir mediante E-Commerce

Ventajas:

- Se puede realizar un lanzamiento simultaneo en varias localidades y/o provincias.
- No requiere ambientar un local, y generar un costo hundido irrecuperable.
- Se puede moldear la plataforma a gusto de uno y de usabilidad del cliente.
- En caso de fracasar el proyecto, se puede realizar la venta de los códigos de desarrollo, con lo cual el costo hundido disminuye significativamente.
- Así como se puede lanzar en simultaneo, se puede expandir paso a paso, para testear y adaptarse a la nueva modalidad.
- Posibilidad de integración con sistemas de gestión para llevar el stock, costos, y contabilidad al día.

Desventajas:

- Sensación de alejamiento con el cliente, al ser online.
- Posibilidad de bugs/errores que generen una mala experiencia de compra al cliente.
- Falla en la logística tercerizada que traslade un problema y mala experiencia al cliente.
- Bugs que puedan dejar horas y/o días sin poder realizar ventas.

Conclusión

El proyecto de expansión al e-commerce de “Acosta Repuestos” representa una oportunidad estratégica para el crecimiento y la modernización del negocio. La implementación de una plataforma de ventas online no solo permite a la empresa ampliar su base de clientes más allá de las limitaciones geográficas de Capilla del Monte, sino que también capitaliza la creciente demanda de repuestos automotrices en el mercado digital.

La gestión familiar, liderada por padre e hijo, ofrece una ventaja única: combina la experiencia acumulada en el sector con una visión fresca y dinámica para la adaptación a las nuevas tecnologías. Esta sinergia puede ser un motor clave para superar los desafíos iniciales y navegar por el proceso de transformación digital.

A pesar de las fortalezas claras, es fundamental abordar las debilidades y amenazas identificadas. La falta de experiencia en e-commerce y los recursos financieros limitados deben ser mitigados mediante la capacitación adecuada, la posible contratación de expertos externos y una gestión cuidadosa del presupuesto. La competencia online y la inestabilidad económica requerirán una vigilancia constante y estrategias flexibles para mantener la competitividad y la viabilidad.

Para maximizar las oportunidades, el negocio debe aprovechar la tendencia creciente del comercio electrónico en Argentina y la demanda de repuestos para autos usados. La adopción de tecnologías innovadoras y una sólida estrategia de marketing digital serán cruciales para atraer y retener a los clientes.

La posibilidad de integrar a futuro un sistema de gestión tanto de inventarios, como costos y contable sería un plus, y daría mayor visibilidad, mejoraría la visión del negocio y la toma de decisiones, ya sea desde canibalizar mercados mediante ofertas agresivas, como alertas en sobre costos, aumento significativo

en los precios de compras, poder eficientizar la gestión diaria, y tener una tendencia clara del flujo de caja y ventas.

En resumen, la expansión al e-commerce ofrece a “Acosta Repuestos” una vía prometedora para diversificar y fortalecer su posición en el mercado. Con una planificación meticulosa y una ejecución efectiva, la empresa está bien posicionada para aprovechar las oportunidades del comercio digital, mejorar su eficiencia operativa y alcanzar un crecimiento sostenible en el largo plazo.

Bibliografía

- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación sexta edición. México: Interamericana Editores S.A de C.V.
<https://www.uncuyo.edu.ar/ices/upload/metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Hurtado Garcia, K.R (2019). Responsabilidad social empresarial, logística inversa y desarrollo de la contabilidad de costos. Ecuador: COODES
- Mora, L. (2016). Gestión logística integral: las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Ramirez Molinares, C.V (2010). Fundamentos y técnicas de costos. Colombia: Editorial Universidad Libre, sede Cartagena.
- Zúñiga Marin, J.S, Aguirre González, E.F (2022). Diseño de un modelo de costos basado en actividades aplicado a procesos logísticos. Caso: empresa del sector alimenticio tradicional. Colombia: Revista EIA.
- INDEC Censo 2022
(https://censo.gob.ar/index.php/datos_definitivos_cordoba/)
- Trabado, M (2023). 8 pasos fundamentales para crear un ecommerce de éxito (<https://es.semrush.com/blog/pasos-crear-ecommerce-exito/>)
- INDEC Estimador mensual de actividad económica. Estimación preliminar de mayo de 2024 (<https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-3-9-48>)

- ACARA Índice de precios del automotor 2024
(<https://www.acara.org.ar/files/indice/202406.%20SIOMAA.%20IPSAA%20base%202023=100.pdf>)
- ADEFA Índice de transferencias Automotores 23 vs 22
(<https://www.adefa.org.ar/upload/anuarios/anuario2023/9.pdf>)
- ADEFA Índice de producción de OKM 23 VS 22
(<https://www.adefa.org.ar/upload/estadisticas/resumen-2024-05-es.pdf>)
- DRNPA Índice de transferencias Automotores 23 vs 22
(https://www.dnrpa.gov.ar/portal_dnrpa/estadisticas/rss_tramites/tram_prov.php)
- SAC Fly Cuanto cuesta una página web en argentina?
(<https://paginaswebsac.com.ar/cuanto-cuesta-una-pagina-web-en-argentina/>)
- Ámbito Financiero Patentamientos 2023
(<https://www.ambito.com/autos/patentamientos-suba-del-10-2023-n5911650>)
- Pia Garavagía, J. (2022). La “Uberización” del trabajo en el transporte de pasajeros: Uber, Cabify, Beat y Didi en el AMBA

Anexo I – Flujo de fondos

Conceptos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Año
Ingresos	1.000.000	1.100.000	1.210.000	1.331.000	1.464.100	1.683.715	1.902.598	2.168.962	2.494.306	2.918.338	3.472.822	4.167.387	24.913.227
Costo de Mecadería	500.000	550.000	605.000	665.500	732.050	841.858	951.299	1.084.481	1.247.153	1.459.169	1.736.411	2.083.693	12.456.614
Costo Logístico							190.260	216.896	249.431	291.834	347.282	416.739	1.712.441
Utilidad Bruta	500.000	550.000	605.000	665.500	732.050	841.858	761.039	867.585	997.722	1.167.335	1.389.129	1.666.955	10.744.172
Dominio							8.500						8.500
Hosting							13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	78.000
Diseño y desarrollo web							690.000						690.000
Fee de Mantenimiento							250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	1.500.000
Empleado									773.500	773.500	773.500	773.500	3.094.000
CC.SS									131.495	131.495	131.495	131.495	525.980
Total Costos	-	-	-	-	-	-	961.500	263.000	1.167.995	1.167.995	1.167.995	1.167.995	5.896.480
Utilidad Neta	500.000	550.000	605.000	665.500	732.050	841.858	200.461	604.585	170.273	660	221.134	498.960	11.784.460
Flujo de Fondos	500.000	1.050.000	1.655.000	2.320.500	3.052.550	3.894.408	3.693.947	4.298.531	4.128.259	4.127.599	4.348.733	4.847.692	4.847.692

Anexo II – Comparativo inversión inicial E-Commerce vs Tienda Física

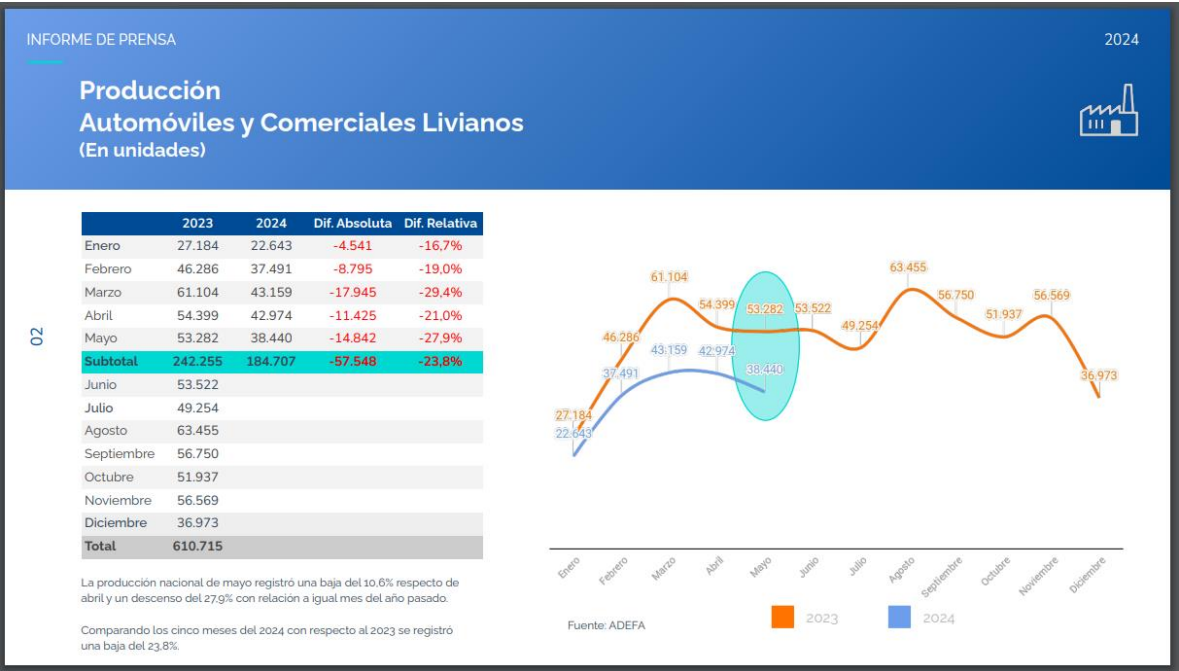
Inversión inicial E-Commerce

Conceptos	Costo
Dominio	8.500
Hosting	13.000
Diseño y desarrollo web	690.000
Fee de Mantenimiento	250.000
Total	961.500

Inversión inicial Tienda Física

Conceptos	Costo
Alquiler Local Comercial	250.000
Deposito en garatía	250.000
Equipamiento	200.000
Empleado	650.000
Servicios Básicos	150.000
Seguridad/Alarmas	180.000
Total	1.680.000

Anexo III – Informes de Producción y Transferencias 23 vs 22



Transferencias de vehículos usados

Used Vehicles



En unidades / units

TRANSFERENCIAS / 01

PROVINCIA	2022	PART. % POR PCIA	2023	PART. % POR PCIA	VAR. % 2022 VS. 2023
Province	2022	Share % By Province	2023	Share % By Province	Total
BUENOS AIRES	597.588	38,0%	631.517	38,2%	5,4%
CÓRDOBA	184.808	11,8%	195.237	11,8%	5,3%
CAPITAL FEDERAL	155.049	9,9%	158.166	9,6%	2,0%
SANTA FE	145.920	9,3%	143.205	8,7%	-1,9%
MENDOZA	77.405	4,9%	86.362	5,2%	10,4%
ENTRE RÍOS	64.940	4,1%	68.438	4,1%	5,1%
NEUQUÉN	34.749	2,2%	39.289	2,4%	11,6%
RIO NEGRO	31.843	2,0%	34.552	2,1%	7,8%
TUCUMAN	29.237	1,9%	32.518	2,0%	10,1%
CHUBUT	28.275	1,8%	29.801	1,8%	5,1%
MISIONES	25.579	1,6%	26.746	1,6%	4,4%
CORRIENTES	26.792	1,7%	28.652	1,7%	6,5%
LA PAMPA	24.101	1,5%	25.612	1,5%	5,9%
SAN JUAN	20.310	1,3%	22.591	1,4%	10,1%
CHACO	21.903	1,4%	22.633	1,4%	3,2%
SAN LUIS	21.729	1,4%	22.688	1,4%	4,2%

SALTA	17.735	1,1%	19.421	1,2%	8,7%
SANTA CRUZ	12.888	0,8%	13.725	0,8%	6,1%
JUJUY	10.696	0,7%	11.114	0,7%	3,8%
SANTIAGO DEL ESTERO	10.404	0,7%	10.618	0,6%	2,0%

Transferencias de vehículos usados

Used Vehicles



En unidades / units

PROVINCIA	2022	PART. % POR PCIA	2023	PART. % POR PCIA	VAR. % 2022 VS. 2023
Province	2022	Share % By Province	2023	Share % By Province	Total
TIERRA DEL FUEGO	8.844	0,6%	9.339	0,6%	5,3%
FORMOSA	7.878	0,5%	8.633	0,5%	8,7%
LA RIOJA	6.975	0,4%	7.202	0,4%	3,2%
CATAMARCA	5.875	0,4%	6.683	0,4%	12,1%
TOTAL	1.571.523	100,0%	1.654.742	100,0%	5,0%