



PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

(A.J. & J.A Redolfi SRL).

Reporte de Caso.

Autor: Cabrera, Cristian

D.N.I:40.109.439

Legajo: ADM04496

Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas.

Abstract

The following graduation final develops a strategic work planning for A.J. & J.A Redolfi SRL. Company that enters the wholesale market of food, household and cigarette products based in the city of James Craik and branches in the city of Córdoba, Río Cuarto and San Francisco.

This organization does not reflect any action plan articulated to its differentiation strategy based on its low costs and high quality in the provision of its services. It also differs from the search for sustained growth in its wholesale levels, which together with the main objective of strategic planning will enhance the growth of the company.

Due to the need to adjust details, internal environmental analysis, technologies and employees carried out, of the area where the company develops its commercial activities, in order to know its current reality. The analysis revealed the need to modify its guidelines to implement a market penetration strategy oriented to eCommerce, which with the exploitation of social networks, the media, website reform and an application can become the beginning of a new stage for AJ AND JA Redolfi S.R.L. Once the adequate financial analysis has been done, the implementation of this strategy is completely viable.

Keywords: Strategic planning, Market penetration strategy, eCommerce, Integrated action plans

Resumen

El siguiente trabajo final de graduación desarrolla una planificación estratégica para A.J. & J.A Redolfi SRL. Empresa que se introduce en el mercado mayorista de productos alimenticios, hogar y cigarrillos con sede en la ciudad de James Craik y sucursales en la ciudad de Córdoba, Río Cuarto y San Francisco.

Esta organización no refleja ningún plan de acción articulado a su estrategia de diferenciación en base a sus bajos costos y alta calidad en la prestación de sus servicios. También se diferencia de la búsqueda de un crecimiento sostenido en sus niveles mayoristas, que junto con el principal objetivo de la planificación estrategia van a potenciar el crecimiento de la empresa.

Debido a la necesidad de ajustar detalles, análisis ambientales internos, tecnológicos y económicos se realizaron, de la zona donde la empresa desarrolla sus actividades comerciales, con el fin de conocer su realidad actual. Los análisis revelaron la necesidad de modificar su lineamientos para implementar una estrategia de penetración de mercado orientada al eCommerce, que con la explotación de las redes sociales, los medios de comunicación ,reforma del sitio web y una aplicación pueden convertirse en el inicio de una nueva etapa para A.J. Y J.A. Redolfi S.R.L. Ya hecho el análisis financiero adecuado es completamente viable la implementación de esta estrategia.

Palabras Claves: Planificación estratégica, Estrategia de penetración de mercado, eCommerce, Planes de acción integrados.

Índice

Contenido

1.1-INTRODUCCIÓN.	6
2.ANALISIS DE SITUACION	8
Macroentorno	8
Factor Político:	8
Factor Económico:	8
Factor Social:	9
Factor Tecnológico:	9
Factor Ecologico:	9
Factor Legal:	10
Microentorno	10
Poder de negociación con los clientes:	10
Rivalidad entre competidores:	10
Amenaza de nuevos entrantes:	10
Poder de negociación con los proveedores:	11
Amenaza de productos sustitutos:	11
Análisis de Mercado	11
Analisis Interno	11
3. MARCO TEÓRICO	15
Planificación estratégica:	15

	5
4.DIAGNÓSTICO Y DISCUSIÓN	17
5.PROPOSTA DE APLICACIÓN.	19
Objetivo General:	19
Objetivo Específicos:	20
Plan de Acción	21
PRESUPUESTO	27
VAN Y TIR	28
ROI	29
DIAGRAMA DE GANTT	29
6.CONCLUSIONES	30
Bibliografía	31
ANEXO	33

1.1-INTRODUCCIÓN.

En el presente reporte se llevará a cabo un análisis de la empresa A.J. & J.A Redolfi SRL, ubicada en James Craik, en la Provincia de Córdoba con el objetivo de establecer una planificación estratégica para que la empresa pueda lograr una rentabilidad en los siguientes años.

A.J. & J.A Redolfi SRL es una empresa que tiene más de 50 años de carrera, que surge de la unión de los hermanos Alonso Jacobo y Miguel Ángel REDOLFI en 1959, crearon un negocio de cigarrería, bazar y librería. Años más tarde la separación de los hermanos en 1975, hizo que tomaran caminos diferentes, cada uno siendo firme en lo que quería de la empresa. En 1979 compraron a la empresa Feres de la ciudad de Córdoba la distribución de cigarrillos en las localidades de Villa del Rosario, Luque y Calchín. En los años siguientes, con la idea de expandirse, han podido abarcar lugares como Río Tercero, Santa Fe, Río Cuarto, etc. Ya para el año 2005 contaban con 4 autoservicio mayoristas por toda la provincia de Córdoba. Por el 2007 la sociedad queda conformada con el 85% de las cuotas partes en Redolfi y el 15% restante distribuida entre los hijos.

Hoy industria mayorista actualmente está sufriendo lo que es rentabilidad por factores económicos y sociales, sobre todo el económico. ya que no solo afecta a la capacidad de compra de los consumidores sino también a los costos operativos y de los insumos se incrementan a una tasa mayor que la de los precios de ventas. Estos factores impactan negativamente en los planes de expansión de la empresa, como el principal objetivo de aumentar el volumen de ventas, preparación de pedidos, disminución de pérdidas por falta de stock. En el caso específico de Redolfi se observa que, disponen de objetivos estratégicos corporativos, no presenta una planificación estratégica establecida a llevar a cabo para el

logro de los mismos. Por estos motivos, el objetivo del presente documento es definir una planificación estratégica para que, mediante su implementación, logre aumentar sus ingresos. Para ello se buscará diseñar una **estrategia de penetración de mercado** basándonos en aumentar los canales de distribución, la participación dentro del mismo incitando a los clientes a adquirir una mayor cantidad de productos, aumentar los clientes y atraer potenciales clientes.

Red Bull empresa que se destaca por mejorar la experiencia de los usuarios a través de los canales de distribución y realizar campañas de marketing masivas. GoPro cuyo objetivo es grabar todo y utilizar su canal de distribución online para que todos los usuarios sientan la experiencia.

2.ANALISIS DE SITUACION

A continuación se puede observar en detalles la situación en la que la empresa se encuentra, tanto desde un punto de vista interno como así también externo.

Macroentorno

Factor Político:

El país se encuentra transitando el 5 mes de una pandemia mundial y el presidente ante la situación crítica empieza a firmar decretos que influyen directamente en las empresas.

A finales de diciembre del pasado año , sancionaron la Ley: Ley de Solidaridad Social y Reactivación Productiva en el Marco de la Emergencia Pública. (Ley 27541)(INFOLEG, 2019), la cual causó disconformidad en algunos sectores por el aumentos en los impuestos de derechos de exportación, y por la paga de un 30% adicional en la compra de moneda extranjera (Impuesto Para una Argentina Inclusiva y Solidaria).

Factor Económico:

El INDEC informó que las ventas a precios corrientes para junio de 2020 relevadas en la Encuesta de Supermercados sumaron un total de 78.330,3 millones de pesos, lo que representa un incremento de 43,8% respecto al mismo mes del año anterior. Las ventas a precios constantes de diciembre de 2016, durante junio de 2020, sumaron un total de 23.477,6 millones de pesos, lo que representa una disminución de 1,5% respecto a junio de 2019.

Las ventas a precios corrientes para junio de 2020 relevadas en la Encuesta de Autoservicios Mayoristas sumaron un total de 13.366,6 millones de pesos, lo que representa un incremento de 50,9% respecto al mismo mes del año anterior. Las ventas a precios constantes de diciembre de 2016, durante junio de 2020, sumaron un total de 4.001,2

millones de pesos, lo que representa un aumento de 5,8% respecto a junio de 2019.(INDEC, 2020).

El nivel general del índice de precios internos al por mayor (IPIM) registró un aumento de 3,5% en julio de 2020 respecto del mes anterior. Esta variación se explica como consecuencia de la suba de 3,5% en los Productos nacionales y de 3,8% en los Productos importados.. (INDEC, 2020).

Factor Social:

Durante julio de 2020, la variación mensual de la canasta básica alimentaria (CBA) con respecto a junio de 2020 fue de 1,6%, al igual que la variación de la canasta básica total (CBT), que fue de 1,6%. (INDEC,2020).

Información revelada por la Cámara Argentina de Comercio y Servicios (2017) en base a Censo 2010 y ONU, manifiesta que Argentina está conformada por 45.376.763 de habitantes.(INDEC,2020).

La tasa de actividad se ubicó en 47,1%, la tasa de empleo en 42,2% y la tasa de desocupación en 10,4%. Con relación al primer trimestre de 2019. (INDEC,2020).

Factor Tecnológico:

En el primer trimestre de 2020 se registraron, en promedio, 7.477.259 accesos a internet fijos. Esto significó 0,3% de aumento respecto al primer trimestre de 2019. Por otro lado, los accesos fijos residenciales crecieron 0,8%, alcanzaron los 6.973.305; y los accesos fijos de organizaciones totalizaron 503.954, con una caída de 6,6%.(INDEC,2020).

En el cuarto trimestre de 2019, se registró que el 60.9% de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 82,9%, a internet. Además, los datos muestran que, en la Argentina, 84 de cada 100 personas emplean teléfono celular y 80 de cada 100 utilizan internet.(INDEC,2020)

Factor Ecologico:

En Noviembre del año 2002 se promulgó la LEY GENERAL DEL AMBIENTE (Ley 25.675) donde establece presupuestos mínimos para el logro de una gestión sustentable. (INFOLEG,2002).

El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible creó el Programa De Reconversión Industrial que tiene como objetivo promover la mejora de su desempeño y gestión ambiental con el fin de disminuir el impacto negativo para generaciones futuras (Argentina.gob.ar,2020).

Se publica en el Boletín Oficial (2020) el Decreto DNU 706/2020 Ley de Ministerios Que por la Ley N° 26.815 se creó el Sistema Federal de Manejo del Fuego en la órbita del MINISTERIO DE SEGURIDAD (Boletín Oficial, 2020)

Factor Legal:

El 12 de marzo de 2020 se publica en el Boletín Oficial (2020) el Decreto DNU 260/2020 Emergencia Sanitaria debido a la existencia del COVID y días después se publica el Decreto 297/2020 Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio. (Boletín Oficial, 2020).

El 28/08/2020 por Decisión Administrativa se amplió 1 año la emergencia pública en materia sanitaria establecida por la Ley N° 27.541 (Boletín Oficial,2020).

El presidente a través del Boletín oficial crea el Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción DNU 376/2020 el cual señala el pago del 50% del salario de los trabajadores bajo relación de dependencia en el sector privado. (Boletín Oficial, 2020).

Microentorno

Poder de negociación con los clientes:

Existen diferentes tipos de clientes. Entre ellos supermercados, farmacias, quioscos, bares y cafeterías, restaurantes, librerías, maxi quioscos, bares-restaurantes, comedores y perfumerías.

Rivalidad entre competidores:

En el mercado mayorista existen grandes cantidad de competidores que se encargan de cubrir la demanda que existe en la ciudad de Córdoba y sus alrededores. Entre ellos podemos nombrar: Rosental,Micropack,J. A. Redolfi S. R. L,Luconi Hnos,Baralle,Moran,Pirani,Rinaudo,Dutto,Vensall Hnos,Parodi y Zaher.Son empresas con gran potencial y difícil de afrontar siendo una Pyme ya que hay costos de infraestructura,gastos fijos,inversión de mucho capital.

Amenaza de nuevos entrantes:

La barrera de entrada y salida son altas. Ya que se necesita una inversión en altos costos por las maquinarias, infraestructura, logística, capital humano para poder lidiar en este mercado.

Poder de negociación con los proveedores:

Los proveedores tienen mucha fuerza ya que la mayoría son fabricantes, y al depender de los mismos tienen desventajas como cantidades mínimas, entregas, plazos, stock, etc. Si bien estas desventajas no opacan las ventajas de ciertos productos que te potencian a la hora de darle valor a una empresa no hay que dejar de tenerlos en cuenta.

Amenaza de productos sustitutos:

Es un sector en donde esta variable es muy alta, ya que diversos productos como bebidas, cigarrillos, artículos de limpieza y perfumería pueden reemplazar fácilmente. Por este motivo hay que tener en cuenta la economía de escala, la diferenciación del producto, desventajas en costos, acceso a canales de distribución, entre otras.

Análisis de Mercado

La industria en donde opera REDOLFI es en la provincia de Córdoba donde la competencia es muy amplia por la gran variedad de insumos y calidad en el mismo. Córdoba cuenta con un territorio de unos 165.000 km² y con 3.308.876 habitantes, casi el 40,18% de la población está aglomerada en la capital provincial, con 1.329.604 de habitantes. En tanto, Río Cuarto es la capital alterna de la provincia de Córdoba con 158.298 habitantes. (Gobierno de Córdoba, 2020). El 49% de la población total es Masculino y el 51% Femenino, agregando que el índice de ocupación es del 73% para el ámbito Masculino y el 48% para el ámbito Femenino. El sector del comercio mayorista en el año 2008 representaba el 13,6% del PIB real total de la Provincia.

Teniendo en cuenta la estrategia de penetración de mercado con la idea de mejorar los canales de distribución sobre todo el e-commerce. Se registró que el 60,9% de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 82,9%, a internet. Además, los datos muestran que, en la Argentina, 84 de cada 100 personas emplean teléfono celular y 80 de cada 100 utilizan internet. (INDEC, 2020).

Analisis Interno

Cadena de Valor: Es una herramienta que ayuda a determinar las actividades que se llevan a cabo dentro de la empresa y agregan valor al producto o servicio, con la finalidad de brindar la máxima calidad de servicio y producto al cliente, y crear una ventaja competitiva en el mercado. Se divide en Act Primarias (Logísticas de Entrada, Operaciones, Logística de Salida, Marketing y Ventas y Servicio) y Act Secundarias (Infraestructura de la Empresa, Gestión de RRHH, Desarrollo Tecnológico y Compras).

Logística de Entrada: El departamento de ventas emite una orden de compra del cliente con el presupuesto de compra de los materiales necesarios basándose en datos del sistema donde están los clientes históricos o se agrega un nuevo cliente. Los productos son clasificados ya sea para la reventa, insumos o stock. Los camiones de los proveedores llegan con la mercadería y son almacenadas en los depósitos.

Operaciones: Al haber varias sucursales se divide la mercadería de acuerdo a los pedidos, cantidad de ventas, stock y la urgencia del pedido.

Logística de Salida: Cuenta con varias sucursales en Río Cuarto, Río Tercero, San Francisco y Córdoba. La mercadería se distribuye, con vehículos propio. Existe una planilla de identificación del puesto con el nombre del “Encargado de Despacho” que describe las condiciones ambientales, los riesgos, esfuerzo físico y mental. Esta se encarga de controlar el total de la mercadería a enviar coordinando el envío de la misma en cooperación con el encargado de logística y verificando los controles de mantenimiento de los vehículos.

Marketing y Ventas: Son los patrocinadores de un club de básquet local (Club Chañares), del club de fútbol Defensores y auspician al club de vóley de 7ma de James Craik. En cada patrocinio la empresa provee camisetas con la marca de la empresa con pedido de exclusividad en todos los casos. Además, son patrocinadores de las radios del pueblo y publican en las infoguias de Río Cuarto. Por su perfil solidario, colaboran frecuentemente con instituciones y en la Fiesta Nacional del Tambo pasan el vídeo institucional. Otro dato de interés es que posee más de 73 vehículos y todos se encuentran ploteados e identificados.

Servicio: Posee una fuerza de más de 35 vendedores. Los vendedores son responsables de la atención del cliente con el objetivo de generar necesidad de compra, brindándole un buen

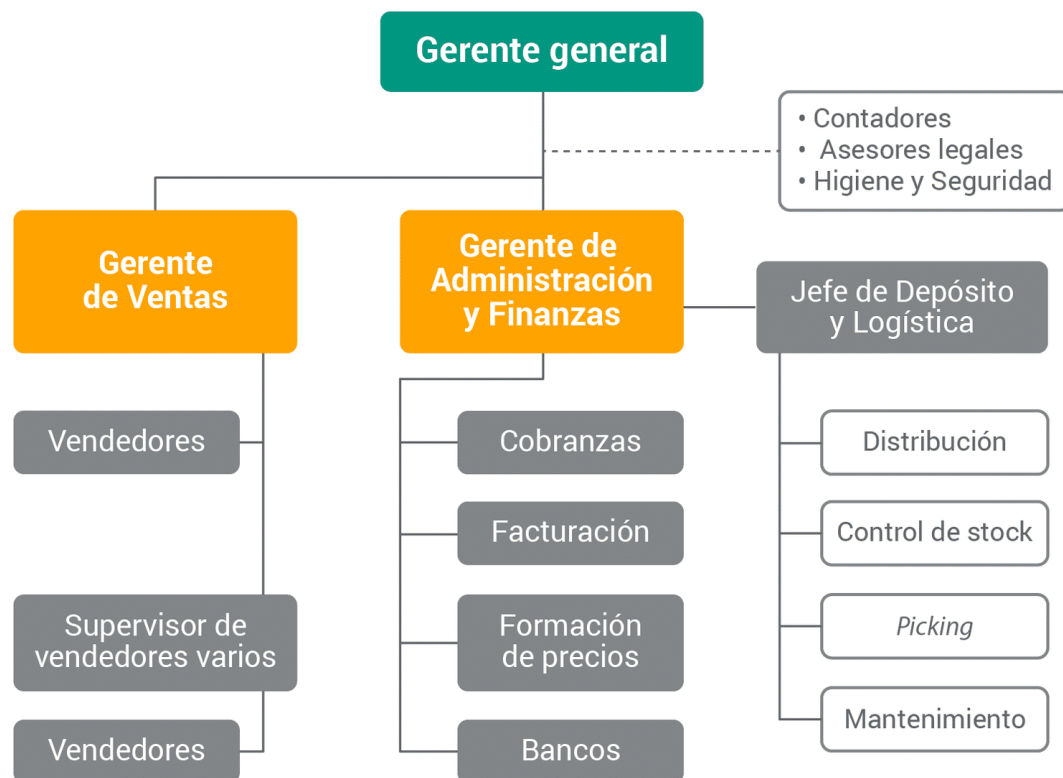
servicio y asesoramiento para cumplir con los objetivos de ventas previstos por la empresa y obtener la fidelización de los clientes. Tienen objetivos cuantitativos como el de vender no menos de \$150.000 mensuales para obtener un salario básico de aproximadamente \$1.200 y cualitativos. Debe detectar las necesidades de los clientes y darles las respuestas adecuadas a tales necesidades. El gerente de ventas controla las distintas etapas de la gestión, sumando que tiene objetivos cuantitativos y cualitativos. Hacen seguimientos cada 15 días para saber si los objetivos se están cumpliendo.

Aprovisionamiento: Posee proveedores de marcas internacionales que son reconocidos en todo el país dándole seguridad en precio y calidad para los clientes.

Gestión de RRHH: no tienen un área de Recursos Humanos para el manejo de 132 empleados; solo desde Administración se liquidan sueldos. No tiene un proceso de selección de los empleados: se reciben los currículums y, cuando hay una necesidad en un área, cada uno de los responsables los evalúa y contrasta si hay acuerdo con el asistente de Gerencia o, en algunos casos, si hay acuerdo con Gerencia Generales. Tampoco hay proceso de inducción para los distintos cargos y puestos, lo que ocasiona a veces algunos inconvenientes, dado que los empleados se incorporan aprendiendo mientras trabajan, por lo que hay un margen de error.

Infraestructura: Se presentó un plan de inversión para ampliar la posibilidad de comercialización de la empresa con el objetivo de crecimiento sostenido del volumen de ventas. Cuentan con 6 depósitos y la idea es juntarlos todos. Cuentan con un área de administración y finanzas terciarizada con un contador que se encargará de hacer los estudios contables a través de facturar.

Organigrama: El organigrama muestra la formación del centro de distribución, desde el cual se controlan todas las sucursales y se centraliza la administración.



3. MARCO TEÓRICO

Planificación estratégica:

Stephen P. Robbins y Mary Coulter definen a la dirección estratégica lo que hacen los gerentes para desarrollar las estrategias de sus organizaciones. Se trata de una tarea importante en la que están involucradas todas las funciones gerenciales básicas: planear, organizar, dirigir y controlar. Con el objetivo de lograr propósito comercial, como competirán con el éxito y cómo atraerla y satisfacer a sus clientes para cumplir sus objetivos. (Robbins y Coulter, 2014).

Para Robbins y Coulter existen 3 razones por la cual es muy importante planificar:

1. Existe una relación casi siempre positiva entre la planeación estratégica y el desempeño.

2. Los gerentes al estar en cambio constantes con el fin de enfrentar la incertidumbre, emplean el proceso de administración para examinar los factores relevantes y decidir acciones para poner en práctica.
3. Por último es importante porque las organizaciones son complejas y diversas y cada una de sus partes debe trabajar en conjunto con las demás para cumplir los objetivos generales. (Robbins y Coulter, 2014).

El proceso de administración estratégica es un procedimiento de 6 pasos que abarca la planificación, implementación y evaluaciones de estrategias y son:

1. Identificar la misión, los objetivos y las estrategias actuales de la organización.
2. Realización de un análisis externo.
3. Realización de un análisis interno.
4. Formulación de estrategias.
5. Implementación de estrategias.
6. Evaluación de resultados.

Estrategia de Penetración enfocada en tecnología

Para Jose Maria Sainz de Vicuña Ancin define a la estrategia de penetración de mercado es la más segura de las estrategias de expansión formuladas. Puede ir dirigida a mejorar la atención al cliente (aumentando la unidad de compra, reduciendo la obsolescencia, haciendo publicidad de otros usos, facilitando la compra o mediante incentivos en el precio para aumentar los usos), o a atraer clientes de la competencia (marcando las diferencias con las marcas de la competencia o aumentando los medios de apoyo de las ventas). (Ancín, 2017).

Estrategia de Marketing Digital

Las RSD se han convertido en el fenómeno más influyente en la comunicación en las últimas décadas (Kaplan y Haenlein, 2010). En ellas se permite y facilita la interacción de la comunidad, ayudando a fomentar la confianza y un sentimiento común entre los miembros (Leimeister et al., 2006). Según Fuchs (2008), algunas de las características más importantes de estos medios sociales son la interacción continua entre los miembros, la existencia de

convenciones formales e informales, la voluntad de las personas para interactuar, la dimensión global y la velocidad con la que las relaciones se desarrollan.

4. DIAGNÓSTICO Y DISCUSIÓN

Tras hacer un análisis del macroentorno y microentorno en el cual la organización se desenvuelve, y también sus procesos internos, se puede llegar a ciertas conclusiones acerca de la empresa.

Cuando hablamos de Redolfi sabemos que cubre necesidades de abastecimiento de los hogares, debido al contexto de cuarentena es realmente importante ya que las familias empiezan a priorizar sus gastos en necesidades básicas y bajar los gastos en otros bienes y servicios que no son prioridad en estos momentos.

A. J. & J. A. Redolfi S.R.L. cuenta con centros de distribución en las principales ciudades de Córdoba, lo que tiene acceso a grandes volúmenes de personas, que es lo que comparte con sus competidores directos.

Teniendo en cuenta el mundo en el que estamos, donde la globalización ya está presente, la empresa no aprovecha la oportunidad de llegar a nuevos clientes a través de esta

herramienta. Sabiendo que en este 2 trimestre del año 2020, por la cuarentena el eCommerce creció un 84% con respecto al año anterior. La inversión en publicidad tanto televisiva, redes sociales y radio es conveniente para atraer a nuevos clientes sin un aumento de costos significativo. El lanzamiento de una web que muestre las variedades de productos, ofertas también es un canal que mejorar para darse a conocer.

La tecnología es un aspecto muy importante en las empresas hoy en día. Se pueden agilizar procesos y ahorrar tiempo. La empresa no cuenta con software que agilice la recepción de pedidos e incluir uno representa una excelente oportunidad de mejora.

El área de RRHH es muy precaria ya que no permite conocer los niveles de satisfacción por parte de los empleados, demoras en la contratación del personal, la nula inversión a la capacitación de los empleados conlleva a no sentirse identificado con la organización y tampoco con la cultura de la empresa.

La gran amenaza que sufren todas las empresas por la pandemia, es el cierre de locales, limitación de gente, menos ingresos pero seguir pagando alquiler, impuestos y sueldos a los empleados son ítems a tener en cuenta ya que puede optar por un cierre definitivo de los mismo.

Con base a todo lo mencionado anteriormente, se recomienda una implementación de una estrategia de penetración de mercado basándonos en aumentar los canales de distribución, la participación dentro del mismo incitando a los clientes a adquirir una mayor cantidad de productos, aumentar los clientes y atraer potenciales clientes.

La recomendación apunta a mejorar y crear nuevos canales de distribución (eCommerce) en Córdoba vendiendo productos a través de internet tales como redes sociales, gmail, páginas web y aplicación móvil.

Teniendo en cuenta que Redolfi tiene alrededor de 6000 clientes, el eCommerce registró un crecimiento del 84% en facturación, un 38% en órdenes de compra y un 71% en unidades vendidas. (Estudio de Comercio Electrónico realizado por la Cámara Argentina de Comercio Electrónico). Como prueba piloto el mercado específico es en Córdoba que tengan celular

(hay un incremento constante de personas que tienen teléfono) y sean estudiantes. Hay una cifra de alrededor 132.000 estudiantes en la UNC.(UNC,2020).

Si bien, la empresa ya tiene fanpage en Facebook y Google My Business, no han promocionado sus productos, no existe una tasa de conversión, tasa de apertura y rebote, tampoco han usado información que te proporciona Facebook para sacarle provecho como por ejemplo: que día y hora están más activos los usuarios, feedback con los clientes, promocionar los backstage de la empresa, etc.. Por todo esto es importante crear una aplicación y mejorar la página web es para adquirir mayor mercado. Utilizar herramientas como Google Analytics para aumentar el tráfico web, hacer “Campañas Retargeting”, saber las fallas de la páginas web y optimizar los tiempos de búsqueda. Publicidad mediante el SEM (campañas de publicidad mediante anuncios de pago en las páginas de resultados) y SEO (mejorar la visibilidad a nivel orgánico en los resultados de búsqueda). Un pilar fundamental es Facebook Add y el marketing de afiliados que más adelante será explicado.

5.PROPOSTA DE APLICACIÓN.

En primer lugar, antes de determinar la propuesta profesional en base a sus técnicas y métodos para llevarlos a cabo, es necesario una revisión de la misión, visión, valores como políticas para por medio de ellos, poder determinar un plan de implementación coherente en relación a lo que busca la empresa en el tiempo.

Misión: “Atender las necesidades de nuestros clientes proporcionando un servicio de distribución mayorista de calidad, con una gran variedad de productos masivos de primeras marcas, sustentado en una extensa trayectoria empresarial. Realizar esto brindándoles a nuestros empleados la posibilidad de desarrollar sus habilidades y crecer dentro de la empresa”.(Canvas,2020)

Visión: “Ser una empresa líder en el mercado en el que participa actualmente, abierto a nuevas oportunidades de negocios. Contar con una cartera diversificada de proveedores,

buscando solvencia y rentabilidad continuada, que se distinga por proporcionar una calidad de servicio excelente a sus clientes. Propiciar alianzas sostenidas en el tiempo con ellos y una ampliación de oportunidades de desarrollo personal y profesional a sus empleados, preservando el carácter familiar de la empresa, con una contribución positiva a la comunidad”.(Canvas,2020)

Objetivo General:

Diseñar un plan estratégico para la empresa Redolfi, con el fin de incorporar nuevos canales de venta por medio de herramientas digitales repercutiendo en el aumento del 50% en sus ventas anuales para finales del año 2023.

Dicho objetivo fue calculado utilizando un parámetro de comparación de estado de resultado de A. J. & J. A. Redolfi S.R.L que reflejan dentro del periodo 2017-2018 el total de ventas incrementó un 15.5%. Por otro lado, el CACE registró que los primeros 6 meses del año el eCommerce en la Argentina incrementó un 106% con respecto al mismo periodo 2019 de los cuales el top 5 de unidades vendidas lidera Alimentos y Bebidas.(CACE,2020).Teniendo en cuenta que la propuesta del presente reporte de caso, implica una mayor porción del mercado a través del eCommerce mediante las implementación de herramientas tecnológicas que permitan mejorar los canales de distribución y comercializar con mayor alcance los productos de REDOLFI, se propone una penetración de mercado online, lo que impactaría en un aumento del 50% en las ventas total neta.

Objetivo Especificos:

- Desarrollar el sitio web donde se cargará toda la información esencial de Redolfi, ofreciendo un servicio rápido, simple, eficaz para la venta de productos buscando aumentar con respecto al año 2020 un 40% el flujo de tráfico para fin del año 2023.

El siguiente paso es reformular todo el sitio web de Redolfi,utilizar herramientas como “Google Webmaster” para comprobar las principales fallas del sitio web, “Google Analytics” que ofrece información agrupada del tráfico que llega a los sitios web, publicidad SEM y SEO para aumentar el flujo de tráfico,”Google Trends” y “Google Ads” para agrupar datos y

crear anuncios. Usaremos más aplicaciones gratuitas que serán explicadas más adelante para fin de 2022 tener un buen sitio web y que sea medible.

- Capacitar al 100% personal que van a estar involucrados con el área vendedores para el manejo de las herramientas digitales (sitio web,app) esenciales para la venta de productos para diciembre del año 2022.

Teniendo en cuenta la estrategia a utilizar con respecto al eCommerce, capacitar al personal involucrado es el primer paso para poder cumplir el Objetivo General. La empresa comprara 2 cursos (Curso de Photoshop e Illustrator y Curso de Community Manager y publicidad) en los primeros 6 meses capacitará al 50% de los empleados afectados a esta área y en los próximos 6 el 50% restante.

- Crear un nuevo espacio donde mostrar tus productos, servicios o contenidos. Esto conlleva más visibilidad y presencia del negocio. Con este nuevo espacio se podrá fidelizar a los actuales clientes, ya que estarán en contacto con tu empresa las 24h del día. Y, además, podrás incrementar tu base de datos de clientes.

Por último paso, crear una App tanto para Android e iOS para estar presente tanto en teléfono celulares como en tablets. Usaremos GoodBarber ya que es una plataforma progresiva, no se necesita programadores y tiene todo automatizado. Podemos cargar los productos, ofertas, notificaciones push, lo más vendido, etc.

Plan de Acción

Plan de Acción 1- Objetivo Específico: Desarrollar el sitio web donde se cargará toda la información esencial de Redolfi, ofreciendo un servicio rápido, simple, eficaz para la venta de productos buscando aumentar con respecto al año 2020 un 40% el flujo de tráfico para fin del año 2023.

En el siguiente plan de acción se observa pasos a realizar para crear el sitio web con todas sus funciones

N°	Descripción	Tiempo		Recursos				
				Humanos		Físicos	3ros	Económico-Financiero
		Inicio	Fin	Resp.	Área			
1	Definición de Parametros Comerciales Desarrollo Web	ene 2021	ene 2021	Gerente General	Ventas	Sala de reuniones ,iluminación, Computadora	-	No requiere
2	Definición de Productos y Servicios	feb 2021	feb 2021	Gerente General Jefe de Depósito	Productos Propios	Sala de reuniones ,iluminación, Computadora	-	No requiere
3	Revisión Legal	mar 2021	mar 2021	Gerente General	Contador Externo	Sala de reuniones ,iluminación, Computadora	Estudio Juridico	No requiere
4	Revisión Impositiva Venta Online	mar 2021	mar 2021	Gerente General	Contador Externo	Sala de reuniones ,iluminación, Computadora	Estudio Juridico	No requiere
5	Definición de plan de integración	abr 2021	abr 2021	Gerente General	Gerente Administración	Sala de reuniones ,iluminación, Computadora	-	No requiere

N°	Descripción	Tiempo		Recursos				
				Humanos		Físicos	3ros	Económico- Financiero
		Inicio	Fin	Resp.	Área			
6	Diseño gráfico de Pagina Web	may 2021	jul 2021	Gerente General	Gerente General	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	Diseñador Gráfico	\$34.022 Anexo 1
7	Diseño de pagina Web	may 2021	jul 2021	Gerente General	Gerente General	Externo junto con, el Diseñador Gráfico	Diseñador gráfico y programador	\$341,039.69 Anexo 10
8	Testeo funcional del sitio web	ago 2021	sep 2021	Gerente General	Gerente General	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	No requiere	\$33.900 (Dominio y hosting incluido) Anexo 2
9	Lanzamiento de la nueva página Web	oct 2021	nov 2021	Gerente General	Gerente General	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	No requiere	No requiere
10	Evaluación, seguimiento y control sostenido de la página web	nov 2021	dic 2023	Gerente de Ventas	Gerente de Ventas	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	No requiere	US\$ 96 (incluye mantenimiento y actualización) Anexo 6
11	Publicidad en sitio web (SEM y SEO)	ene 2022	dic 2023	Gerente de Ventas	Gerente de Ventas	Sitio web		\$20.000

Tabla 1- Plan de acción Desarrollo sitio web. Fuente:Elaboración propia

Plan de acción 2 - Objetivo Específico: Capacitar al 100% personal que van a estar involucrados con las áreas corporativas para el manejo de las herramientas digitales (sitio web,app) esenciales para la venta de productos para diciembre del año 2022.

En el siguiente plan de acción se observa pasos a realizar para la capacitación del personal.

N°	Descripción	Tiempo		Recursos				
				Humanos		Físicos	3ros	Económico-Financiero
		Inicio	Fin	Resp.	Área			
1	Definición de Personal que se capacitará	ene 2021	ene 2021	Gerente General	Gerente de Ventas	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	-	-
2	Elección de 6 personas mejores capacitadas	feb 2021	feb 2021	Gerente General	Gerente de Ventas	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	-	-
3	Comprar capacitación para 3 personas: Curso photoshop e illustrator	mar 2021	mar 2021	Gerente de Ventas	Ventas	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	-	\$32.250 (3 cursos por \$10.750) Anexo 4
4	Finalización del curso photoshop e illustrator	mar 2021	ago 2021	Gerente de Ventas	Ventas	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	-	-
5	Comprar	mar	mar	Gerente de	Ventas	Sala de	-	\$32.250

	capacitación para 3 personas: Curso de Community Manager y publicidad	2021	2021	Ventas		reuniones, iluminación, Computadora		(3 cursos por \$10.750) Anexo 5
6	Finalización del curso Community Manager y publicidad	mar 2021	ago 2021	Gerente de Ventas	Ventas	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	-	-
7	Plan de acción p/redes	nov 2021	dic 2023	Personal capacitado de ventas	Gerente de ventas	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	-	-
8	Compra Pack de Adobe	sep 2021	dic 2023	Gerente General	Gerente de ventas	Sala de reuniones, iluminación, Computadora		Adobe Photoshop (\$814 x mes) Adobe Illustrator (\$814 x mes)

Tabla 2- Plan de acción Capacitación para empleados. Fuente:Elaboración propia

Plan de acción 3 - Objetivo Específico: Crear un nuevo espacio donde mostrar tus productos, servicios o contenidos. Esto conlleva más visibilidad y presencia del negocio. Con este nuevo espacio se podrá fidelizar a los actuales clientes, ya que estarán en contacto con tu empresa las 24h del día. Y, además, podrás incrementar tu base de datos de clientes.

N°	Descripción	Tiempo		Recursos				
				Humanos		Físicos	3ros	Económico-Financiero
		Inicio	Fin	Resp.	Área			
1	Definición de Parámetros comerciales	ene 2022	ene 2022	Gerente General	Gerente general	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	-	-

	App Mobile							
2	Definición de Productos y Servicios a Incluir	feb 2022	feb 2022	-Gerente General -Jefe de Depósito	Productos Propios	Sala de reuniones ,iluminación, Computadora	-	No requiere
3	Revisión Legal	mar 2022	mar 2022	Gerente General	Contador Externo	Sala de reuniones ,iluminación, Computadora	Estudio Jurídico	No requiere
4	Revisión Impositiva Venta Online	mar 2022	mar 2022	Gerente General	Contador Externo	Sala de reuniones ,iluminación, Computadora	Estudio Jurídico	No requiere
5	Definición de plan de integración	abr 2022	abr 2022	Gerente General	Gerente Administración	Sala de reuniones ,iluminación, Computadora	-	No requiere
6	Diseño gráfico App y Brand Marketing	abr 2022	jul 2022	Gerente General	Gerente General	Sala de reuniones ,iluminación, Computadora	Diseñador Gráfico	\$34.022 (Trabaja por Objetivo) Anexo 2

N°	Descripción	Tiempo		Recursos				
				Humanos		Físicos	3ros	Económico-Financiero
		Inicio	Fin	Resp.	Área			
7	Testeo funcional de la App móvil	ago 2022	sep 2022	Gerente General	Gerente General	Sala de reuniones ,iluminación, Computadora	No requiere	US\$ 96 (incluye mantenimiento y actualización)

								Anexo 6
8	Lanzamiento de la App	oct 2022	nov 2022	Gerente General	Gerente General	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	No requiere	No requiere
9	Evaluación, seguimiento y control sostenido de la App móvil	nov 2022	dic 2023	Gerente de Ventas	-	Sala de reuniones, iluminación, Computadora	No requiere	No requiere

Tabla 3- Plan de acción 3- Desarrollo App digital . Fuente:Elaboración propia

PRESUPUESTO

Los siguientes presupuesto se encuentran realizados con el valor actual de los insumos y servicios a contratar. Estos se observan “ajustados” en el cash flow con la inflación establecida para cada año según el relevamiento de expectativas (REM) establecido por el Banco Central de la República Argentina.

	2020	2021	2022	2023
INGRESOS				
Por Ventas de Mercaderías	\$455,966,436.33	\$642,912,675.23	\$867,932,111.56	\$1,145,670,387.26
Plan de acción 1		\$19,287,380.26	\$26,037,963.35	\$34,370,111.62
Plan de acción 2		\$0.00	\$0.00	
TOTAL DE INGRESOS	\$455,966,436.33	\$662,200,055.49	\$893,970,074.91	\$1,180,040,498.87
EGRESOS				
Costo de Mercadería Vendida	\$374,847,632.22	\$528,535,161.44	\$713,522,467.94	\$911,849,657.60
Gastos de Comercialización	\$17,062,662.08	\$24,058,381.73	\$32,478,815.34	\$42,872,036.24
Gastos Administrativos	\$11,504,933.14	\$16,221,955.73	\$21,889,640.23	\$28,907,525.10
Gastos Financieros	\$59,245,046.13	\$83,535,515.04	\$112,772,945.31	\$148,860,287.81
Otros Egresos	\$1,328,787.08	\$1,873,589.78	\$2,529,346.20	\$3,338,736.98
Plan de acción 1	-	\$613,094.00	\$1,193,689.02	\$1,675,894.43
Plan de acción 2	-	\$71,012.00	\$619,536.00	\$819,811.00
Plan de acción 2	-		\$842,181.00	\$1,211,904.00
TOTAL DE EGRESOS	\$463,989,080.65	\$654,908,709.71	\$885,858,621.03	\$1,169,535,853.24
UTILIDAD BRUTA	-\$8,022,644.31	\$7,291,345.77	\$8,111,453.88	\$10,504,645.64
IMPUESTO A LAS GANANCIAS	-\$2,807,925.51	\$2,551,971.02	\$2,839,008.86	\$3,676,625.97
UTILIDAD NETA CON PLANES DE ACCIÓN	-\$5,214,718.80	\$4,739,374.75	\$5,272,445.02	\$6,828,019.66

Presupuesto Cash Flow. Fuente: Elaboración propia

Plan de Acción 1 (Desarrollo Sitio Web)	2,021	2,022	2,023
Diseño Gráfico de sitio web (Sueldo)	\$238,154	\$321,508	\$424,390
Desarrollo de la página web full stack	\$341,040		
Desarrollo del sitio web y testeo funcional del sitio web	\$33,900	-	-
Evaluación, seguimiento y control anual del sitio web		\$842,181.12	\$1,211,904.00
Publicidad para SEM y SEO		\$30,000.00	\$39,600.00
Total	\$613,094	\$1,193,689	\$1,675,894
Plan de Acción 2 (Capacitación Empleado)	2,021	2,022	2,023
Curso photoshop e Illustrator	\$32,250	-	-
Curso Community Manager y Publicidad	\$32,250	-	-
Aumento de sueldo a persona capacitada por mayor conocimientos		\$600,000.00	\$792,000.00
Pack Adobe	\$6,512.00	\$19,536.00	\$25,787.52
Total	\$71,012	\$619,536	\$819,811
Plan de Acción 3 (Desarrollo App)	2,021	2,022	2,023
Compra Aplicación y mantenimiento (anual)		US\$ 1152	US\$ 1152
Diseño gráfico App y Brand Marketing		\$842,181.12	\$1,211,904.00
Total	\$0	\$842,181.12	\$1,211,904.00

Presupuesto Cash Flow. Fuente: Elaboración propia

Premisas Generales:

- Se toma como referencia los estados financieros del año 2018
- Los ingresos y egresos se "ajustan" por el coeficiente de inflación de acuerdo a las estimaciones realizadas por el REM
- El precio de dolar se "ajusta" a la tasa de aumento anual del BCRA
- Los ingresos y los costos ya incluyen el IVA
- Al aumentar los ingresos los gastos aumentaron un 50%

VAN Y TIR

Inversión a realizar	\$-7,047,121.45
Flujo del periodo 1	-\$5,214,718.80
Flujo del periodo 2	\$4,739,374.75
Flujo del periodo 3	\$5,272,445.02
Flujo del periodo 4	\$6,828,019.66

<i>VAN</i>	\$2,819,947.35
<i>TIR</i>	40%

Para el cálculo de la VAN se tomó una tasa de referencia de las LELIQ que equivale para el año 2020 un 36%.

Y el 40% que demuestra la TIR indica que realizar una inversión por este tipo de proyectos genera mayor rentabilidad que una inversión en LELIQ, por lo que es conveniente.

ROI

Beneficio	\$79,695,455.22
Costos	%7,047,121
ROI	1031%

El retorno de la inversión nos permite conocer qué monto se generó por cada peso invertido. Es este caso por cada \$1 invertido, el retorno es de \$10,31

6.CONCLUSIONES

A. J. & J. A. Redolfi S.R.L. se encuentra inmerso es un mercado del cual puede obtener muchos beneficios si se sabe abordar.Estamos hablando de una empresa indispensable para la población, la cual está siendo impactada por un gran índice de pobreza, constante inflación y políticas que hacen que a las empresas le cueste mucho más por eso es que surge la idea de afrontar todos estos factores por medio del eCommerce.

La empresa debe enfocar gran parte al área tecnológica para hacer que sus procesos internos sean más eficientes y disminuir el margen de error.Este año 2020 con la crisis del COVID-19 nos hizo darnos cuenta a todos que la tecnología es indispensable para vivir, por eso enfocar gran parte de la inversión a esta rama trae múltiples beneficios.

El cash flow arroja un aumento del 58,3% en las ventas para fines del 2023 si seguimos el plan de acción detallado, por lo que el objetivo general establecido supera las expectativas,por lo que un continuo uso correcto y eficiente de estas herramientas harán que la empresa sea rentable en los siguientes periodos.

También hay que tener en cuenta el área de RRHH, que en estos momentos no es prioridad, pero al alcanzar los objetivos específicos,sería un gran paso para la compañía abordar este tema.

BIBLIOGRAFIA

- INFOLEG Ley de solidaridad social y reactivación productiva en el marco de la emergencia pública (12 de 2019). Recuperado el 05 de: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=333564>
- INDEC Canasta Básica (10 de 2020). Recuperado el 10 de 2020: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-4-43>
- INDEC Poblacion (10 de 2010). Recuperado el 10 de 2020: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-2-41>
- INDEC Tecnología (09 de 2020). Recuperado el 09 de 2020: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-4-26>
- INFOLEGÍA Ley General del ambiente (11 de 2002). Recuperado el 11 de 2020: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/75000-79999/79980/norma.htm>
- ARGENTINA GOB Programa de Reconversión Industrial (06 de 2020). Recuperado el 06 de 2020: <https://www.argentina.gob.ar/ambiente/trabajo/pri>
- BOLETÍN OFICIAL Distanciamiento social, preventivo y aislamiento social, preventivo y obligatorio (08 de 2020). Recuperado el 08 de 2020: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/234253/20200829>
- BOLETÍN OFICIAL Programa de asistencia de emergencia al trabajo y la producción (04 de 2020). Recuperado el 04 de 2020: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227988/20200420>
- Cordoba GOV Censo de la provincia de Córdoba (10 de 2010). Recuperado el 10 del 2010: (<https://www.cba.gov.ar/provincia/aspectos-generales/ubicacion/>
- CORDOBA GOV Economía de la provincia de Córdoba (06 de 2020). Recuperado el 06 de 2020: <https://www.cba.gov.ar/provincia/economia/>

- CORDOBA GOV Índice de precio al consumidor (06 de 2020). Recuperado el 06 de 2020: <https://estadistica.cba.gov.ar/publicacion-sfi/julio-el-ipc-de-cordoba-registro-una-suba-del-184/>
- CORDOBA GOV Estadística General de la provincia de Córdoba (06 de 2020). Recuperado el 06 de 2020: <https://estadistica.cba.gov.ar/conoce-cordoba/>
- CÁMARA ARGENTINA DE COMERCIO Resultado del eCommerce en Argentina (08 de 2020). Recuperado el 08 de 2020: <https://www.cace.org.ar/noticias-boom-del-ecommerce-en-el-primer-semester-del-ano-se-facturaron-mas-de-1728-millones-de-pesos-por-dia>
- UNC Población estudiantil en la Provincia de Córdoba (01 de 2017). Recuperado el 01 de 2017: <https://centenariodelareforma.unc.edu.ar/la-unc-en-cifras/>
- Kotler, P. Keller, K.L. (2020). Identificación de Segmento de Mercado y Mercado Meta. *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Robbins, S. P. & Coulter, M. (2014). Administración estratégica. *Administración*. México: Pearson Educación.
- Sainz de Vicuña Ancin, J. M. (2017). Planificación. *El plan estratégico en la práctica*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Sainz de Vicuña Ancin, J. M. (2015). Marketing Digital. *El plan de marketing digital en la práctica*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

ANEXO

Anexo 1- Sueldo de Diseñador Gráfico. Recuperado de: <https://www.bumeran.com.ar/salarios/disenio-grafico>



\$ Sueldo de Diseñador Gráfico
Diseño ▾
Diseño Gráfico

SUELDO PROMEDIO

\$34.022.-

¿CUÁL ES EL SUELDO DE UN DISEÑADOR GRÁFICO?
El sueldo promedio para el puesto de Diseñador Gráfico en Argentina es de \$34.022 al mes. Esta información es obtenida a través de una estimación entre los **10** sueldos pretendidos de los postulantes, en los últimos 3 meses. El mismo varía entre los \$30.000 y los \$50.000 mensuales.

Actualizado a Septiembre del 2020

Anexo 2- Hosting y Dominio de sitio web. Recuperado de <https://tomasweb.com.ar/sitio-web-e-commerce-medium.html>



Universidad Siglo XXI 2020 - 4 em... x Diseño de Sitio web e-commerce x como hacer captura de pantalla x +

tomasweb.com.ar/sitio-web-e-commerce-medium.html

Aplicaciones Gmail IBERIA.COM en Arg... Ripio Canvas mind.capital Desnudando el Ma... Creator Studio pixabay Wordpress Informe de muestra mailchimp

Te damos Gratis 1 año de Hosting Básico Ilimitado
Promoción válida hasta el 30 de Noviembre del 2020 inclusive.

eCommerce

ADAPTABLE A TODOS LOS DISPOSITIVOS

Te lo incluimos Gratis realizando en la web

¡Aparecé Gratis en Google!
En los resultados de búsqueda por zona o marca.

Con **Google Mi Negocio** puedes aparecer en los resultados de búsqueda por zona o cuando buscan el nombre de tu empresa de manera Gratuita, nosotros agregamos **Gratis** tu empresa a Google Mi Negocio.

SOBRE EL DESARROLLO WEB E-COMMERCE

Más empresas, comercios y emprendedores que quieren vender online.

Ayuda Crear tu tienda online desde una plantilla prediseñada de manera profesional. Realizamos el sitio web de e-commerce totalmente autoadministrable. Este Sitio Web esta realizado con las últimas tecnologías disponibles en el mercado, es visible en todos los dispositivos,

¿CUÁL ES EL COSTO DEL E-COMMERCE?

AR\$ 33.900.-
por única vez.

Incluye IVA

¡Contratar!

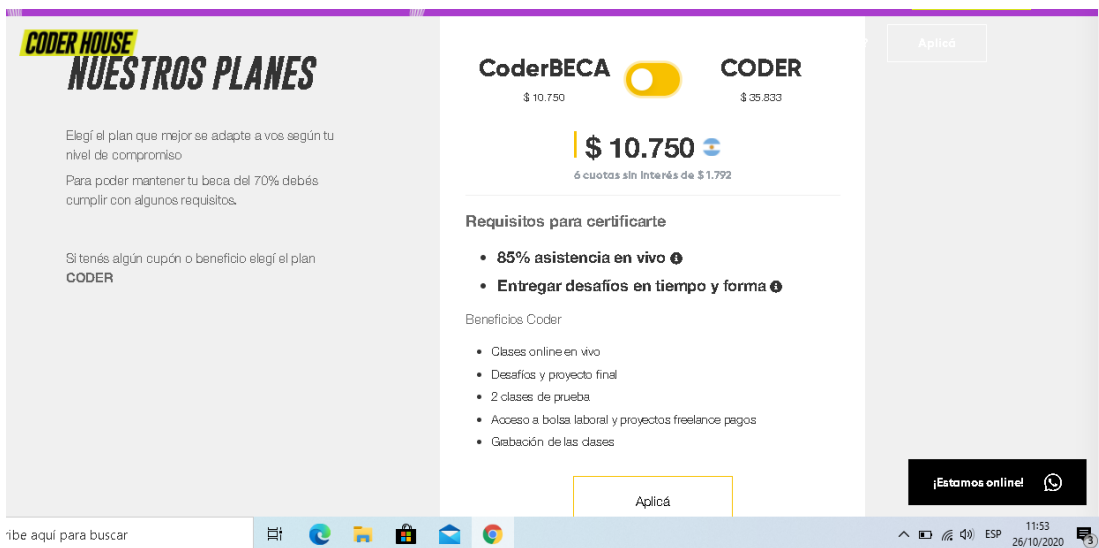
LLEVATE EL DISEÑO DEL LOGO GRATIS
Incluye diseño de Logo Básico en alta calidad **Gratis**

¿QUÉ CONTIENE ESTE DISEÑO?

- Productos y categorías ilimitadas y autoadministrables.
- Gratis plataforma de Pagos.
- ✓ Mercado Pago.
- ✓ Todo Pago.
- ✓ Diseño adaptable a todos los dispositivos.
- Quiénes Somos.
- Formas de Pago.
- Formas de Entrega.

17:36 14/11/2020

Anexo 4- Curso de Photoshop e Illustrator. Recuperado de: <https://www.coderhouse.com/online/photoshop-e-illustrator-online>



The screenshot displays the 'NUESTROS PLANES' (Our Plans) section of the Coder House website. It features two main options: 'CoderBECA' priced at \$10,750 and 'CODER' priced at \$35,833. A toggle switch is positioned between them, currently set to 'CoderBECA'. Below the pricing, a large '\$ 10.750' is shown with a blue arrow icon, and a note indicates '6 cuotas sin Interés de \$ 1.792'. The 'Requisitos para certificarte' (Requirements for certification) section lists two items: '85% asistencia en vivo' and 'Entregar desafíos en tiempo y forma'. The 'Beneficios Coder' (Coder Benefits) section lists: 'Clases online en vivo', 'Desafíos y proyecto final', '2 clases de prueba', 'Acceso a bolsa laboral y proyectos freelance pagos', and 'Grabación de las clases'. A search bar is visible at the bottom left, and a system tray at the bottom right shows the time as 11:53 on 26/10/2020.

CODER HOUSE
NUESTROS PLANES

Elegí el plan que mejor se adapte a vos según tu nivel de compromiso
Para poder mantener tu beca del 70% debés cumplir con algunos requisitos.

Si tenés algún cupón o beneficio elegí el plan **CODER**

CoderBECA \$ 10.750 **CODER** \$ 35.833

\$ 10.750
6 cuotas sin Interés de \$ 1.792

Requisitos para certificarte

- **85% asistencia en vivo**
- **Entregar desafíos en tiempo y forma**

Beneficios Coder

- Clases online en vivo
- Desafíos y proyecto final
- 2 clases de prueba
- Acceso a bolsa laboral y proyectos freelance pagos
- Grabación de las clases

Aplicá

¡Estamos online!

11:53
26/10/2020

Anexo 5- Curso de Community Manager y publicidad. Recuperado de: <https://www.coderhouse.com/online/community-manager>

CODER HOUSE
NUESTROS PLANES

Elegí el plan que mejor se adapte a vos según tu nivel de compromiso
Para poder mantener tu beca del 70% debés cumplir con algunos requisitos.

Si tenés algún cupón o beneficio elegí el plan **CODER**

CoderBECA \$ 10.750

CODER \$ 35.833

\$ 10.750
6 cuotas sin Interés de \$ 1.792

Requisitos para certificarte

- **85% asistencia en vivo**
- **Entregar desafíos en tiempo y forma**

Beneficios Coder

- Clases online en vivo
- Desafíos y proyecto final
- 2 clases de prueba
- Acceso a bolsa laboral y proyectos freelance pagos
- Grabación de las clases

¡Estamos online!

Anexo 6- Compra de Aplicación con mantenimiento. Recuperado de

<https://es.goodbarber.com/pricing/>

UNIVERSIDAD SIGLO XXI 2020 - 4 en x Precios de Aplicación Clásica - A x +

es.goodbarber.com/pricing/

Aplicaciones Gmail IBERIA.COM en Arg... Ripio Canvas mind.capital Desnudando el Ma... Creator Studio pixabay Wordpress Informe de muestra mailchimp

GoodBarber PRODUCTOS RESELLER PRECIOS BLOG LOGIN CREA UNA APP

CREA UNA APP INCREÍBLE

STANDARD	FULL	PREMIUM
US\$ 25 /mes Facturación anual	US\$ 48 /mes Facturación anual	US\$ 96 /mes Facturación anual
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 aplicación web progresiva para dispositivos móviles, tabletas, computadoras de escritorio 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 aplicación web progresiva para dispositivos móviles, tabletas, computadoras de escritorio ✓ 1 Android aplicación nativa 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 aplicación web progresiva para dispositivos móviles, tabletas, computadoras de escritorio ✓ 1 Android aplicación nativa ✓ 1 aplicación nativa para iPhone (aplicación universal de iOS) ✓ 1 aplicación nativa para iPad (aplicación universal de iOS)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ nombre de dominio asociación ✓ Seguridad SSL incluida ✓ Ancho de banda ilimitado ✓ 200 GB de almacenamiento 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ nombre de dominio asociación ✓ Seguridad SSL incluida ✓ Ancho de banda ilimitado ✓ 500 GB de almacenamiento 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ nombre de dominio asociación ✓ Seguridad SSL incluida ✓ Ancho de banda ilimitado ✓ 1 TB de almacenamiento

Escribe aquí para buscar

18:12 14/11/2020

Anexo 7- Compra de Adobe Photoshop e Illustrator. Recuperado de

<https://www.adobe.com/ar/creativecloud/plans.html?plan=individual&filter=all&promoid=P>

[YPVPZOK&mv=other](https://www.adobe.com/ar/creativecloud/plans.html?plan=individual&filter=all&promoid=P&mv=other)

o y audio

Sitio web y exp. del usuario

Aplicaciones



Photoshop

Ar\$814,00/mes

Puedes crear lindos gráficos, fotos e ilustraciones en el escritorio e iPad. Incluye Adobe Fresco para el dibujo y la pintura.

[Ver detalles de planes y precios](#)

- Añade Adobe Stock. Obtén un mes gratuito.*

[Comprar ahora](#)



Illustrator

Ar\$814,00/mes

Puedes crear diseños, ilustraciones vectoriales con precisión en el escritorio e iPad.

[Ver detalles de planes y precios](#)

- Añade Adobe Stock. Obtén un mes gratuito.*

[Comprar ahora](#)



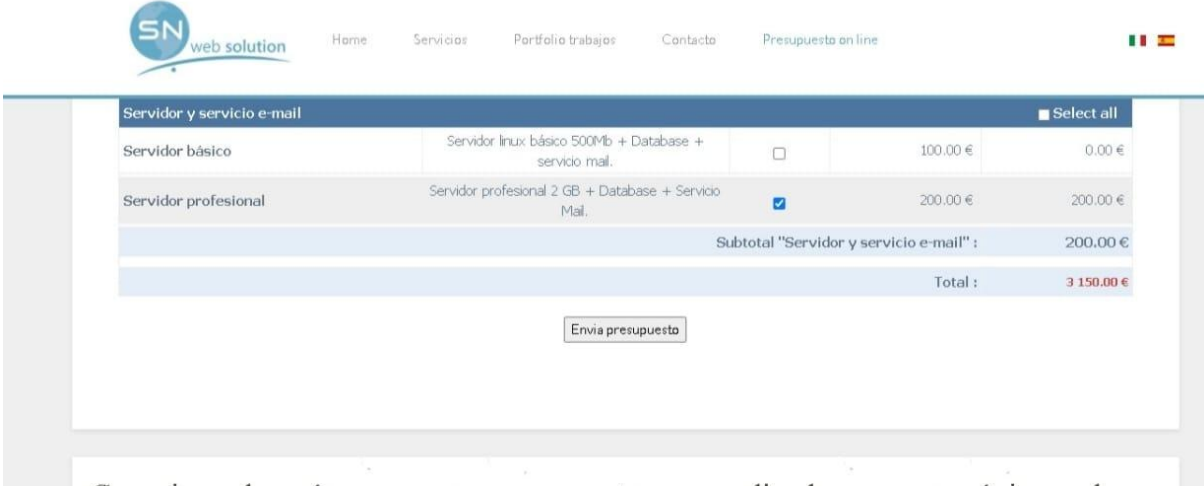
Anexo 8- Presupuesto Flujo de Fondo

[Presupuesto - Flujo de Fondos \(Ejemplo Entrega 4\)](#)

Anexo 9- Diagrama de Gantt

[Gantt.xlsx](#)

Anexo 10 - Presupuesto Pagina web Full stack



Servidor y servicio e-mail		Select all		
Servidor básico	Servidor linux básico 500Mb + Database + servicio mail.	<input type="checkbox"/>	100.00 €	0.00 €
Servidor profesional	Servidor profesional 2 GB + Database + Servicio Mail.	<input checked="" type="checkbox"/>	200.00 €	200.00 €
Subtotal "Servidor y servicio e-mail" :				200.00 €
Total :				3.150.00 €

[Envia presupuesto](#)