

**Trabajo Final de Graduación**  
**Licenciatura en Administración de Empresas**  
**Planificación Estratégica de A.J. & J.A Redolfi S.R.L**



Universidad Siglo 21

Nombre y Apellido: Gianfranco Robiglio

DNI: 37630419

Legajo: VADM 11385

Tutora: Rinero, Sofía

Ciudad de Pilar, Córdoba

22/11/2020

## **Agradecimiento**

Hay personas que estuvieron y ya no están, personas que siempre estuvieron a mi lado, cada uno aportó algo a lo que soy hoy como persona y me marcaron, cada uno ayudó a que esto hoy sea posible este gran logro y aprendí a nunca rendirme. Gracias a mi familia, mis amigos y compañeros y todo profesor que pasó en mi vida y sin duda a las personas que ya no están en mi vida.

**Lo que hacemos en esta vida, resuena en la eternidad.**

## **Resumen**

En el presente trabajo final de grado, se realiza la planificación estratégica que es aplicada a la empresa A.J. & J.A Redolfi S.R.L. ubicada en la localidad de James Craik, provincia de Córdoba. Dentro del trabajo se dispuso la utilización de las estrategias de penetración de mercado y digitalización.

En la investigación realizada, encontramos falencias dentro de la empresa que son posibles mejorar. Con la implementación de digitalización en la organización a través de un software de gestión ERP, el lanzamiento del área de marketing un área no explotada, un servicio post-venta mejorado y la capacitación de los empleados ingresantes aumentando eficiencia.

Los cambios e implementaciones a realizar dentro de la empresa, son recomendados, ya que la empresa resuelve sus falencias encontradas y mejora su rentabilidad. Por la inversión de \$ 1 peso, Redolfi obtiene de ganancia \$ 2,88 pesos y una tasa interna de retorno de 125,6.

Palabras claves: Planificación estratégica, Penetración de mercado, Digitalización, Rentabilidad.

## **Abstract**

In the present final degree project, strategic planning is done which is applied to the company A.J. & J.A Redolfi S.R.L. Located in the town of James Craik, province of Córdoba. Inside work the use of market penetration and digitization strategies was established.

In the research carried out, we find shortcomings within the company that are possible to improve. With the implementation of digitization in the organization through ERP management software, the launch of the marketing area an unexploited area, improved after-sales service and training of incoming employees increasing efficiency.

The changes and implementations to be made within the company, are recommended, since the company solves its found shortcomings and improves its profitability. For the investment of \$ 1 peso, Redolfi earns \$ 2.88 pesos and an internal rate of return of 125.6.

Keywords: Strategic planning, Market penetration, Digitization, Cost effectiveness.

## Índice

Introducción.....	6
Análisis del Macro entorno.....	8
<i>PESTEL</i> .....	8
Factor económico.....	8
Factor Político/ legal:.....	8
Factor Social .....	9
Factor tecnológico.....	9
Factor ecológico.....	10
Análisis del Micro entorno .....	11
<i>Poder de negociación de los proveedores:</i> .....	11
<i>Poder de negociación con los clientes</i> .....	11
<i>Rivalidad entre competidores actuales</i> .....	11
<i>Amenaza de productos sustitutos</i> .....	12
<i>Amenaza de competidores entrantes:</i> .....	12
Análisis de Mercado .....	13
Análisis Interno.....	14
<i>Cadena de valor</i> .....	14
Actividades primarias .....	14
Actividades de apoyo.....	15
Marco teórico.....	17
<i>Planificación estratégica:</i> .....	17
<i>Estrategias genéricas:</i> .....	17
<i>Estrategia central y funcional:</i> .....	18
Diagnóstico Organizacional.....	19

Propuesta de implementación .....	21
<i>Visión:</i> .....	21
<i>Misión:</i> .....	21
<i>Valores:</i> .....	21
Objetivos .....	22
<i>Objetivo general:</i> .....	22
<i>Justificación:</i> .....	22
<i>Objetivos específicos:</i> .....	22
<i>Justificación:</i> .....	23
<i>Alcance:</i> .....	24
<i>Plan de acción</i> .....	24
<i>Ilustración: Diagrama de implementación:</i> .....	27
<i>Ilustración: Presupuesto 2021</i> .....	28
<i>Ilustración: Presupuesto 2022</i> .....	29
<i>Ilustración: Calculo de Roí:</i> .....	30
Conclusiones: .....	31
<i>Recomendaciones:</i> .....	32
Biografía .....	33
Anexos .....	34

## **Introducción**

El presente reporte de caso tiene como finalidad realizar la planificación estratégica a la empresa A.J. & J.A Redolfi S.R.L. En la cual, se implementará una combinada de penetración de mercado y estrategia de digitalización, la cual le ayudará a incrementar las ventas, reducir costos dentro de la empresa y optimizar los tiempos, de esta forma se logrará alcanzar los objetivos propuestos en dicho trabajo.

La empresa Redolfi está ubicada en la localidad de Jame Craik, provincia de Córdoba. Dirigida actualmente por José y Pablo Redolfi. Llevando 50 años en la comercialización y distribución de productos alimenticios, refrigerados, bebidas, cigarrillos, artículos de limpieza y perfumería.

Su principal centro de distribución se encuentra en la ciudad de James Craik el cual abastece a las sucursales de Rio Cuarto, Rio tercero, San Francisco y ciudad de Córdoba.

Redolfi se distingue por ser una empresa familiar sólida que generó continuidad en el tiempo y logro conquistar con las marcas reconocidas que comercializa y el servicio que brinda distintas zonas de la ciudad de Córdoba.

Se pudo observar en el análisis interno de la empresa una deficiencia tecnológica a lo largo de todas las actividades de la cadena de valor, tanto primarias como de apoyo.

El entorno y el contexto digital están en constante cambio y eso fuerza a las empresas a replantearse su modelo de negocio en todo momento.

La tecnología representa una manera de generar mayor productividad, hacer más efectivos los procesos internos de una empresa y generar oportunidades de negocio.

Es por eso que se decidió utilizar una combinación de estrategia de penetración de mercado y una estrategia de digitalización que permita aprovechar los avances tecnológicos, reduciendo costos para optimizar las actividades de la cadena de valor y

mejorando su rentabilidad, con la intención de seguir creciendo en el mercado actual aumentando la participación de mercado.

La Transformación Digital estará enfocada en mejorar la experiencia de los clientes, la misma logrará un efecto directo en la competitividad y la productividad de la empresa.

Las compañías que implementaron la estrategia de digitalización lograron infinidad de beneficios logrando automatizar procesos, minimizar costos, mejorar la comunicación y romper fronteras geográficas.

Entre ellas podemos mencionar a: Netflix que cambió su modelo de negocio de DVD a streaming online, rompiendo las fronteras físicas de su servicio. Este proceso de transformación digital ha permitido que hoy en día los contenidos de Netflix se puedan disfrutar cada vez desde más países y localizaciones. (Mindset, 2020)

Otro caso es la empresa textil española Zara que ha conseguido liderar su mercado gracias a una estrategia tecnológica. Su adaptación a las nuevas herramientas, como el 'big data', le ha permitido alejar a sus competidores más directos. (Barrixe, 2020)

## **Análisis del Macro entorno**

### *PESTEL*

#### *Factor económico*

La economía argentina presenta desde el año 2018 turbulencias financieras que impactaron en el país e implicaron la revisión del plan económico y la necesidad de contar con un programa con el Fondo Monetario Internacional (FMI). El mismo comenzó en 2018, con el objetivo principal de estabilizar las cuentas públicas para alcanzar un equilibrio fiscal primario a fines de 2019. Sin embargo, una nueva ronda de volatilidad macroeconómica desatada en el mes de agosto de 2019 puso en suspenso este programa, y el país inició un proceso de renegociación de su deuda con acreedores privados que se mantiene hasta ahora. (Banco, 2020)

Analizando el Producto Bruto Interno, principal indicador para medir la evolución económica de un país, se pudo observar que antes de la pandemia declarada por la organización mundial de la salud el 11 de marzo, su tendencia era desfavorable, profundizándose ese resultado aún más en el primer trimestre de 2020 con una caída del -4,8% respecto al cuarto trimestre de 2019. (INDEC, 2020)

Por otro lado, el último informe emitido por el INDEC señala que el índice del precio al consumidor registró en julio una variación de 1,9% con relación al mes anterior. (INDEC, 2020)

Las perspectivas para el año en curso son desalentadoras con una creciente inflación y una caída en el consumo lo que impactará notablemente a todos los sectores del país.

#### *Factor Político/ legal:*

El presidente de la Nación Argentina Alberto Fernández tomó una serie de medidas económicas y sociales debido a la situación de emergencia sanitaria que sufre el país como consecuencia de la enfermedad Covid 19 declarada por la Organización Mundial de la Salud.

Las medidas establecidas por el gobierno son:

Otorgar a micro, pequeñas y medianas empresas préstamos para capital de trabajo y pagos de salario como objetivo de ayudar a las empresas a sobrellevar los momentos por los cuales se transita y brindar un alivio en las cargas tributarias y sociales.



Extensión del programa ahora 12: podrán adquirirse en 12 cuotas sin interés productos del rubro esencial, como insumos médicos y medicamentos, alimentos, bebidas y productos de higiene personal y limpieza.

Congelamiento de alquileres y suspensión de desalojos: Hasta el 30 de septiembre de 2020 se deberá pagar el monto mensual que se abonó en marzo de este año. La disposición incluye a los créditos UVA.

Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción: podrán solicitar créditos a tasa subsidiada convertible aquellas empresas que cumplan con los requisitos que establece el gobierno en la página oficial del gobierno nacional.

(Gobierno, 2020)

#### *Factor Social*

Durante los últimos años, se ha observado una caída del salario real, aumento del desempleo y subempleo. El último informe del Indec señala que la tasa de desempleo tuvo un incremento estadísticamente significativo pasando de 8,9% a 10,4% en comparación con el año 2019. Debido a la crisis sanitaria y económica que vive el país, el comportamiento de compras de las personas ha cambiado, muchas personas disminuyeron sus gastos seleccionando productos sustitutos de segunda o tercera marca.

El consumidor no solo trata de gastar sino más bien de invertir. Las restricciones para permanecer en el hogar llevaron a los consumidores a comprar productos de alimentación y otros artículos de primera necesidad a través de internet. (INDEC, 2020)

#### *Factor tecnológico*

En la actualidad el cambio a nivel tecnológico es constante.

La Industria 4.0, también llamada industria inteligente, se considera la cuarta revolución industrial y busca transformar a la empresa en una organización inteligente para conseguir los mejores resultados de negocio.

El cambio se basa en la adopción de las nuevas tecnologías para la progresiva automatización del proceso productivo. Se trata de tecnologías innovadoras cuya aplicación a la industria se desarrollará día a día. Hablamos de fabricación aditiva, robótica colaborativa, herramientas de planificación de la producción, visión artificial, realidad virtual, planificación, simulación de procesos, inteligencia operacional, IoT, y las denominadas KET, por su acrónimo inglés. (KET, 2020)

El gran reto para las empresas no está en lo tecnológico, la mayor dificultad está en saber gestionar adecuadamente el cambio a la industria 4.0 y saber aprovechar al máximo las nuevas oportunidades que ofrece este concepto.

### *Factor ecológico*

La Legislatura de la Provincia de Córdoba sanciona la ley 10208.

La presente Ley determina la política ambiental provincial y, en ejercicio de las competencias establecidas en el artículo 41 de la Constitución Nacional, complementa los presupuestos mínimos establecidos en la Ley Nacional N° 25.675 -General del Ambiente-, para la gestión sustentable y adecuada del ambiente, la preservación y protección de la diversidad biológica y la implementación del desarrollo sustentable que promueva una adecuada convivencia de los habitantes con su entorno en el territorio de la Provincia de Córdoba.

El crecimiento empresarial es una variable que depende de numerosos factores, la responsabilidad social empresarial es uno de ellos.

La llamada Responsabilidad social empresarial (RSE) es la responsabilidad que cada organización tiene con el medio ambiente en que se desenvuelve y con la sociedad de la que forma parte, se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas,

La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la responsabilidad social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades de RSE, si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad. (ONU, 2020)

## **Análisis del Micro entorno**

Herramienta a utilizar 5 fuerzas de Porter. (Porter, 1980)

### *Poder de negociación de los proveedores:*

La industria trabaja con marcas que lideran el mercado a nivel nacional, en el sector alimenticio encontramos a empresas como Arcor, Nestle, Georgalos, Marolio, Sancor, Vicentin entre otras. Dichas empresas cuentan con grandes infraestructuras y abastecen a grandes cadenas mayoristas y minoristas de alimentos con sus productos.

El poder de negociación es muy fuerte por parte de los proveedores hacia la industria por las siguientes razones:

- 1- Se encuentran más concentrados que la industria a la que le venden.
- 2- Hay empresas proveedoras que lograron fidelizar clientes y por lo tanto no existe sustitutivo alguno sobre los productos que ofrecen.
- 3- No dependen demasiado de la industria para obtener beneficios, ya que sirven a muchas de ellas.

Los proveedores en este tipo de industria controlan el mercado estableciendo política de precio y modalidades de compra.

### *Poder de negociación con los clientes*

Al ser un sector de consumo masivo, los clientes están conformados por farmacias, quioscos, bares, confiterías, restaurantes, librerías, maxi quioscos, bares-restaurantes, comedores, perfumerías y despensas. Los mismos buscan en las distintas cadenas mayoristas encontrar la mejor relación costo/beneficio y de esa manera elegir la distribuidora que mejor se ajuste a sus necesidades.

El poder de negociación de los clientes es bajo, debido al alto grado de atomización de los clientes y su baja incidencia en la estructura de ventas de un distribuidor.

Si bien cada cliente puede solicitar descuentos especiales como consecuencia de los volúmenes de compra que realice, la empresa mayorista de alimentos ya tiene predeterminado los descuentos y precios que puede establecer para cada caso.

### *Rivalidad entre competidores actuales*

La industria cuenta con una fuerte competencia. Dentro de la provincia de Córdoba hay varias distribuidoras mayoristas, algunas de ellas son: Maxiconsumo, Yaguar, Roberto Basualdo S.R.L, Tarquino, Macro, Diarco, Dutto Hnos, Grassano, Monje y top, Beralde y nueva era, Luconi Hnos, Redolfi S.R.L, entre otras. Cada una de

estas distribuidoras mayoristas ocupa una porción de mercado en la provincia, algunas de ellas tuvieron un crecimiento sostenido en el tiempo y desarrollaron nuevos mercados en provincias vecinas.

El nivel de rivalidad es alto debido a varios factores, entre ellos:

- 1- La existencia de numerosos competidores en tamaño e influencia.
- 2- el crecimiento de la industria es lento por lo que precipita la lucha por la cuota de mercado
- 3- los rivales están altamente comprometidos con el negocio con aspiraciones de liderazgo.

La rivalidad puede ser positiva, o incrementar la rentabilidad media de una industria, cuando cada competidor intenta cubrir las necesidades de distintos segmentos de clientes, con mixes de precios, productos, servicios, características e identidades de marca.

#### *Amenaza de productos sustitutos*

Se convierten en sustitutos de una cadena mayorista de alimentos, las empresas proveedoras de las mismas y los hipermercados/supermercados cuando con agresivas ofertas y publicidades convierten a los minoristas en clientes ocasionales.

#### *Amenaza de competidores entrantes:*

El riesgo de ingreso a la industria es bajo, debido a que existen altas barreras de entrada. Estas barreras son consideradas ventajas para las empresas establecidas en la industria en relación con aquellas que desean ingresar.

Algunas de esas barreras de entrada son:

- 1- Grandes requerimientos de capital para poder ingresar a la industria.
- 2- Las empresas que se ya encuentran en el mercado gozan de ciertos beneficios como: economía de escala, tecnología propia, representaciones exclusivas de ciertas marcas, ayudas del estado entre otras.

## Análisis de Mercado

Para el cálculo de participación de mercado de la empresa Redolfi se siguieron los siguientes pasos:

1- Se calculó el ingreso total de las zonas donde comercializa Redolfi, teniendo en cuenta la población y el ingreso per cápita de \$13.400. El ingreso total de la población es de \$23.800.000.000. (INDEC, 2020)

2- Luego teniendo en cuenta la estructura de gastos de la población, los productos que vende Redolfi y los tipos de negocios a los que vende Redolfi se obtuvo un coeficiente por el cual hay que multiplicar el valor obtenido en el punto 1. Los ingresos totales de la población deben multiplicarse por 5,7% para conocer cuánto se gasta en lo que comercializa Redolfi. (INDEC, 2020)

3- Para conocer a cuanto vende Redolfi esos productos debe deducirse la ganancia de los minoristas que aproximadamente es del 20%.

4- Multiplicando los ingresos de la población por el coeficiente que define cuanto se gasta en los productos que comercializa Redolfi y sacando la ganancia del minorista obtenemos el total de las compras de los minoristas a Redolfi y la competencia, obteniendo un valor de \$1.130.500.000. (INDEC, 2020)

5- Finalmente Redolfi facturó en 2018 un total de \$318.857.648 anualmente, \$26.571.471 mensualmente y aplicando el IPC acumulado del 2019 (53,8%) obtenemos lo que facturó mensualmente en 2019 que equivale a \$40.866.922. (INDEC, 2020)

6- Dividiendo lo que facturó Redolfi en 2019 sobre el total de lo que compraron los minoristas a Redolfi y la competencia obtenemos la participación de mercado de la empresa que es del 3,61%.

## **Análisis Interno**

### *Cadena de valor*

#### *Actividades primarias*

- **Logística interna:**

El jefe de logística de Redolfi es el que se encarga de que las funciones de recepción de mercaderías, ordenamiento del stock, conteos de inventarios, preparación de pedidos de clientes y análisis de vencimiento de los productos se efectúen de la manera correcta. Es un área sumamente importante ya que las mercaderías representan la mayor inversión de una distribuidora.

Los pedidos al Centro de Distribución desde las sucursales se realizan a través de Internet; los pedidos de las ventas realizadas por cada uno de los vendedores se efectúan a través de dispositivos móviles que poseen conexión Wi-Fi.

Las sucursales deben hacer los pedidos con 24 horas de anticipación y cada sucursal tiene determinado el día y la hora de entrega.

Los inventarios se manejan con el mencionado “Just in time”

La empresa no maneja un sistema informático, solo una planilla de Excel por lo que es su único soporte digital

La descarga de mercadería se realiza por medio de auto elevadores manuales o mecánicos. No existe una persona encargada de su custodia, ya que el depósito cuenta con cámaras de seguridad.

La misma se almacena en anaqueles o racks en el depósito que corresponda.

- **Operaciones:**

La operación no exige volúmenes mínimos de compra, sólo requisitos tributarios como ser monotributista o responsable inscripto. En ciertas ocasiones se venden productos en packs cerrados, esto es generalmente cuando la empresa necesita que el producto rote lo antes posible, con una política de precio que generalmente se basa en precios bajos. Los únicos planes de financiación para sus clientes, es el pago del 80% de las ventas al contado y el 20% restante se permiten realizar pagos de cuotas hasta 21 días de realizada la venta.

- **Logística externa:**

El jefe del área de Reparto se encarga de que la entrega de los pedidos realizados por los clientes minoristas se realice correctamente dentro de las fechas estipuladas. La empresa con cada venta realizada proporciona un remito que acompaña el envío de

mercadería. Con el regreso del remito conforme por el cliente, se pide a administración que genere la factura correspondiente.

- Marketing y ventas:

La empresa no cuenta con un área exclusiva para marketing, tampoco cuenta con estrategias de publicidad y promoción para lograr un impacto mayor en las ventas, atraer la atención de los clientes y mejorar su imagen.

Realizan tareas que ayudan al perfil corporativo de la compañía. Algunas de ellas son: patrocinamiento de eventos y equipos deportivos. Con su perfil solidario, colaboran frecuentemente con instituciones y fiestas nacionales de la provincia.

- Servicios:

La empresa no cuenta con un área específica de servicio post-venta, pero en sus funciones cuenta con el asesoramiento comercial, los mismos vendedores asesoran a los clientes en la instalación de un nuevo local con toda la información que necesitan.

#### *Actividades de apoyo*

- Infraestructura:

La empresa cuenta con un centro de distribución principal ubicado en la ciudad de James Craik, donde se centralizan las compras a los proveedores y el abastecimiento a las sucursales que posee en el interior de la provincia, las cuales están en Rio Tercero, San Francisco, Rio Cuarto y ciudad de Córdoba, en todas cuentan con salones de venta para autoservicio mayorista y preventistas, menos en la ciudad de Córdoba. Posee una flota de 73 vehículos, que comprende desde utilitarios hasta camiones de gran porte, distribuidos entre las sucursales. La empresa cuenta con depósitos para el almacenamiento de mercadería en general y zona de picnic depósito de cigarrillos, depósitos de vehículos y un depósito de lavadero y taller, en el cual se realizan mantenimientos y se guarda la mercadería politizada. También cuenta con oficinas comerciales donde se realizan las tareas.

- Recursos Humanos:

La empresa no cuenta con un área de recursos humanos para el manejo de 132 empleados.

En el proceso de reclutamiento y selección de empleado se reciben los Curriculum y cuando hay necesidad en un área, los responsables los evalúa y contrata. Si lo que se precisa es un cargo de alta responsabilidad, la búsqueda se realiza mediante otros medios. Los trabajadores aprenden mientras trabajan.

En la estructura organizacional de la empresa se puede observar que el tipo departamentalización es por funciones y la autoridad es centralizada.

La cultura de la empresa promueve valores familiares, dando lugar a un entorno de aprendizaje y trabajo, priorizando el trabajo en equipo.

Se puede destacar que los trabajadores de la empresa sienten una gran satisfacción laboral que se ve reflejada en una baja rotación de personal.

- Desarrollo tecnológico:

La empresa posee sistemas informáticos en algunas áreas de la empresa.

El área de logística tiene un sistema informático que le permite establecer la cantidad de mercadería que debe adquirir.

El área contable no posee un software contable específico, maneja la información en planillas de Excel.

Las demás áreas trabajan con sistemas manuales o con sistemas informáticos pero que no son del todo innovadores.

Los pedidos son registrados al centro de distribución desde las sucursales vía internet con dispositivos móviles que poseen conexiones wifi.

La empresa no utiliza las redes sociales como LinkedIn, Facebook, Instagram que sirven para exponer sus servicios, productos y mejoras, lanzar novedades, promover ofertas o realizar campañas publicitarias.



## Marco teórico

### *Planificación estratégica:*

Desde el punto de vista Robbins y Coulter, (2014). La planeación es el objetivo principal de la organización, que busca integrar y coordinar las actividades laborales para lograr su meta. Los planes tienen que ver con los fines a utilizar (el que) como los medios (el cómo) llevarlos a cabo. La estrategia determina como la organización va a competir con éxito ante sus rivales y complacer a sus clientes. De esta forma los planes estratégicos están orientados para acaparar a toda la organización y determinan los objetivos generales.

En palabras de Sainz. V, (2017) La empresa decide hoy lo que llevará a cabo en su futuro, cuando se habla del plan estratégico de la empresa, en la alta dirección se tomaran las decisiones del rumbo el cuál buscara apuntar la empresa para el día de mañana competir contra sus rivales. Cuando se habla de planificación estratégica, no se trata de entenderla como la continuidad de un plan estratégico, sino como el comienzo de un método para obtener el plan estratégico y a partir de ese momento, conseguir el estilo de dirección que permite a la empresa mantener su envergadura competitiva dentro del entorno.

Sigue mencionando Sainz. V, (2017). La dirección estratégica a través del análisis, planificación, organización, ejecución y control, busca obtener la ventaja competitiva, manteniéndola en el tiempo y resguardándose frente a la competencia, con la implementación de adecuados recursos y capacidades de la empresa en su entorno a fin de satisfacer los objetivos en la organización. En la puesta en marcha de esta misión, la dirección general buscará con los recursos alcanzar los objetivos.

### *Estrategias genéricas:*

*“Las estrategias competitivas abarcan todas las decisiones (ofensivas y defensivas) que toma una empresa para atraer clientes, satisfacer sus expectativas, obtener una ventaja competitiva, aguantar el embate de la competencia y mejorar su posición de mercado”.* (Sainz. V, 2017, P 255).

Según Hill y Jones (2011) mencionan que los objetivos de la empresa son la obtención del liderazgo en costos, convirtiéndose en los más bajos de la industria. La reducción de los mismo se aplica en toda la organización. Se requiere que los administradores se encuentren en continuo monitoreo en las estructuras y sistemas de control, para buscar formas de reestructuración y agilizarlos para lograr una mejora en eficiencia. (P,405). Con la implementación de la diferenciación, la organización busca agregar valor y distinguir sus productos del resto, para lograr que los productos sean específicos y únicos ante la vista de sus clientes. (P,406)

*Estrategia central y funcional:*

La estrategia de penetración de mercado se puede ampliar desde las variantes para competir, desde la atención al cliente (aumentando la unidad de compra actuales, reduciendo lo obsoleto, generando publicidad de otros usos, facilitando la compra con incentivos en el precio) o la atraer clientes de la competencia (marcando las diferencias con las marcas de los rivales o aumentando los medios de apoyo de las ventas). (Sainz. V, 2017)

*Según Kotler y Keller “Cuando las antiguas industrias combaten las nuevas tecnologías o las ignoran sus negocios declinan” (P, 81)*

El proceso de digitalización está cambiando el trabajo y las personas. La tecnología logra conectar la realidad con la virtualidad, con la llegada de la cuarta revolución industrial produciendo la mayor transformación conocida en el mundo. Definimos la digitalización de una empresa u organización como la combinación de Estrategia & Operaciones con Tecnología, Innovación y Analítica volcada a todos los eslabones de su cadena de valor, incluyendo la experiencia del cliente/usuario como centro, sus modelos de negocios y las operaciones del día a día. Las incorporaciones de las tecnologías de digitalización dentro de la empresa necesitan de formación y educación. Para lograr los objetivos de ésta se adapta las tareas que realiza la empresa para tener coherencia con la estrategia general de la compañía. El camino de la digitalización genera ventajas competitivas en la empresa donde se comienza a aplicarlas, ya posee ventajas como mejorar sus operaciones, reducir costos y se enfoca en abrir oportunidades de negocios donde antes no estaban. La digitalización se puede aplicar en todas las áreas y de diferentes formas: desde la internet, software y aplicaciones, cloud computing, cyber-physical systems (sistemas ciber-físicos), Smart Worlds, las aplicaciones móviles, Big data, analítica avanzada. (Siemens, 2017).

## **Diagnóstico Organizacional**

Tras la realización de los correspondientes análisis de situación con el macro, micro entorno y la cadena de valor de la empresa A.J. & J. A. Redolfi S. R. L. teniendo en cuenta lo recientemente expuesto dentro del marco teórico donde los autores mencionados anteriormente destacan las virtudes de las estrategias que se van a implementar más el estudio aportado por Siemens dentro de Argentina se llega a la siguiente conclusión, que la estrategia de digitalización con la implementación de un software es la mejor opción para incrementar la rentabilidad de la empresa.

La empresa cuenta con una ubicación estratégica dentro del corazón de la provincia para su centro primario de almacenaje y distribución de donde despacha su mercadería a sus sucursales, con una amplia variedad de marcas líderes en el mercado para sus clientes, brindando un servicio de calidad y diferenciación a sus clientes, con los cuales tiene un fuerte poder de negociación, convirtiendo lo anteriormente dicho en fortalezas para la empresa.

Se ve una amenaza para la organización, cuando a nivel país, un déficit monetario que año tras año se va agrandando con crisis cambiaria, se traslada a los precios de los productos, bienes y servicios, a los salarios de la población que se encuentran estancados y la desocupación creciente día a día por la crisis económica. Esto lleva a la población a reducir sus compras diarias, buscando más opciones y precios dentro del mercado, con la competencia en constante movimiento.

En la conformación de la empresa nos encontramos con faltantes de áreas. Al ser una empresa familiar, las personas encargadas de manejar la empresa, se encuentran desempeñando varias tareas, lo cual hace perder la efectividad. Al no contar con un área de recursos humanos, la empresa no tiene proceso de selección ni de capacitación para los nuevos empleados y se pierde eficiencia al realizar sus tareas. Lo mismo pasa al no tener un área de compras específicas donde se busquen mejores oportunidades para la adquisición de mercadería. Al no poseer un área específica de marketing, la empresa no puede explotar todo su potencial, perdiendo oportunidades de ventas, con sistemas de manejo con carencia de tecnología para su desempeño, lo que genera importantes debilidades a la hora de competir.

Con la llegada de la cuarta revolución industrial 4.0, llamada industria inteligente, la empresa tiene la oportunidad de penetrar más el mercado aprovechando las nuevas tecnologías. En un mundo que cada día se une más a la digitalización con la realidad, donde nos vemos afectados por una pandemia mundial, la población ha incrementado más la utilización de nuevas tecnologías para sus compras, buscando opciones, precios y variedad.

Con la ejecución de la digitalización dentro de la empresa, se buscará obtener eficiencia a la hora de realizar las tareas diarias, ya que la compañía a nivel organizacional no cuenta con un sistema tecnológico de información confiable y efectivo para desempeñar sus tareas cotidianas, proporcionando mayores costos y pérdidas dentro de sus áreas, registrando inconvenientes con la mercadería en relación a su control, estado y seguridad. De esta manera con la implementación de la tecnología le proporciona una reducción de los costos, logrando de esta manera tener mayor rentabilidad, ya que es uno de los problemas que azota a la empresa, teniendo que absorber parte del incremento a la hora de competir en el mercado.

Con la implementación de un software de gestión ERP a nivel general, dentro de la empresa que pase por la cadena de valor recaudando información más precisa, segura y ordenada, donde en las distintas áreas el conjunto de datos brinde un servicio más eficiente para la realización de las tareas correspondientes por sus empleados, se consiguiendo de esta manera una reducción de costos y tiempo para la empresa, aumentando así su rentabilidad.

Al mismo tiempo, el cambio tecnológico no solo va a beneficiar a la empresa en la reducción de costos y mejorar de la rentabilidad en el corto plazo con los productos que manejan dentro del mercado actualmente, sino que también la organización a futuro podrá utilizar la digitalización y para incrementar la participación de mercado y expandirse con sus ventas, incursionando en nuevos nichos de mercado, y logrando una mayor porción del mercado con la que cuenta actual.

## **Propuesta de implementación**

La empresa. A. J. & J. A. Redolfi, posee una visión, misión y valores correctos camino al éxito dentro del mercado en el cual se encuentra. Se tomará en cuenta lo mismo, sin dejar que la empresa pierda su esencia. Una empresa familiar que busca tener un servicio de calidad, con gran cantidad de productos, buscando solvencia y rentabilidad continua.

### *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”. (P.14.).

### *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”. (P.14-15).

### *Valores:*

- Respeto hacia el cliente, el proveedor y al equipo de trabajo que conforma la empresa.
- Confianza, cumpliendo con lo comprometido, honrando la palabra empeñada.
- Esfuerzo y dedicación, mantenimiento el impulso comprometido de la generación anterior.
- Honestidad, creyendo en el trabajo y en la construcción de riqueza sin perjudicar a los otros.

- Sentido de equipo, sosteniendo la convicción del trabajo colectivo en la toma de decisiones.
- Responsabilidad social y comunitaria, buscando beneficiar al pueblo de origen de la empresa.
- Orientación al cliente, respetándolo y cuidándolo a través de un compromiso con la calidad y el resultado.

## Objetivos

### *Objetivo general:*

- Aumentar el 10 % de la rentabilidad. Dicho proceso se llevará a cabo en dos años, periodo año 2021-2022.

### *Justificación:*

Dicho objetivo se plantea, por la problemática que viene transcurriendo en años anteriores de la pérdida de rentabilidad, los estados financieros marcan en los periodos de años anteriores una baja de rentabilidad preocupante para la organización.

La empresa A. J. & J. A. Redolfi, con la implementación de la digitalización a través de un software, logrará tener un desempeño de mayor eficiencia en sus tareas diarias. De esta manera podrá incrementar sus ventas, reducir costos y tiempo, llegando a tener un 10% más de rentabilidad al terminar el periodo del año 2022. La empresa obtendrá la solución al problema de pérdida de la rentabilidad que veía trayendo, donde había falencias de tareas a través de la cadena de valor y áreas donde el trabajo tenía deficiencias. La adquisición del software pasará por gran mayoría de la cadena de valor y áreas de la organización, produciendo mejor control de información y más seguro, sobresaliente gestión a la hora de atención a clientes, más inspección en la parte contable y superior desempeño en manejo de productos, ya sea de adquisición, control de stock y despacho. En el contexto actual mundial donde se vive con incertidumbre, la eficiencia de tiempo y la reducción de costos logran un crecimiento organizacional notable.

### *Objetivos específicos:*

- Incrementar la cantidad de clientes en un 10%, a través del lanzamiento del área de marketing.

- Brindar un mayor servicio de post-venta de calidad con asesoramiento, incrementando la satisfacción de los clientes en un 50 % afianzando así la relación cliente-empresa.
- Lograr capacitar al 100% del personal dentro del transcurso de los primeros meses de inducción a la empresa, para mejorar la eficiencia en su desempeño.

*Justificación:*

Con la información más organizada por la implementación del software a nivel empresarial, generara superior desempeño, más tiempo libre, menores costos y mayor rentabilidad. La empresa puede incursionar más en el área de marketing, la cual se encuentra a medio funcionamiento, donde con la contratación de un diseñador web, la organización podrá explotar en todo su potencial, llegando a tener más alcance para sus clientes y futuros clientes, mostrando sus productos y servicios ofrecidos. Con la implementación de las paginas en el mundo de internet y una persona que se encargue del área de marketing específicamente, Redolfi en el transcurso del año va a poder incrementar un 10 % la cantidad de clientes que se traducirá en un incremento de ventas de sus productos ayudando en el proceso de incremento de la rentabilidad.

Al tener superior manejo de la información, gracias al proceso de digitalización con el software, se reduciendo costos, tiempos y se mejorara la rentabilidad a nivel de organización. Más la apertura del área de marketing, se explotará todo el potencial dormido de la empresa, donde se podrá mostrar sus productos y servicios a los ojos de más clientes, el paso a seguir es ofrecer un mejor servicio de post-venta, consiguiendo el incremento de la satisfacción de nuestros clientes en un 50 %, para afianzar la relación y fidelizarla. Estos tendrán la oportunidad de asistir a reuniones con el personal de ventas de productos, donde se les informara las nuevas adquisiciones de mercadería. Con todo lo anterior ya mencionado que realiza la empresa, se incrementara en un porcentaje considerable la satisfacción de sus clientes, logrando un excelente servicio de post venta.

La empresa cuenta con un sistema de contratación de personal para las distintas tareas, donde en el proceso de inducción, el empleado aprende mientras trabaja, recayendo en errores y en ciertas circunstancias. Con la contratación de un capacitador y con la creación de un manual y proceso de capacitación, se busca instruir al 100% de los ingresantes en los primeros meses, donde se genera el problema, con la labor de esta

persona encargada de acompañar y preparar al personal recién contratado, se mejorará su adaptación y desempeño dentro de Redolfi. El trabajo en la organización será de una mayor eficiencia a la hora de realizar las tareas correspondientes por los empleados que han ingresado recientemente.

#### *Alcance*

Para la empresa A. J. & J. A. Redolfi, la propuesta de implementación, tendrá un alcance a nivel general dentro de la organización, pasando por la gran mayoría de la cadena de valor y áreas. Poseerá una duración de dos años dentro del periodo 2021-2022, donde se comenzará a aplicar los respectivos cambios dentro de Redolfi ubicada en la ciudad de James Craik, provincia de Córdoba.

#### *Plan de acción*

Con el proceso de investigación y a través de las observaciones correspondientes, la necesidad de tener un proceso de digitalización dentro de Redolfi con un sistema por un software de gestión ERP, lo lleva a un transcurso de cambios. De forma conjunta, la implementación del software brinda la oportunidad de la puesta en marcha, para explotar el potencial del área de marketing que no se encuentra en funcionamiento. El servicio de venta-post, se trabaja en forma conjunta con el personal de la empresa en el respectivo sector y llevara un incremento de tareas. Se termina con la capacitación del nuevo personal dentro de la empresa para un mejor desempeño en su comienzo a realizar las tareas de trabajo.

En la puesta en marcha para llevar a cabo los objetivos, será necesario apropiar a la organización y su estructura, para de esta manera efectuar de forma correcta y adecuada. Redolfi necesitara de los siguientes recursos, espacio físico, materiales básicos con los cuales ya cuenta, escritorios, sillas, computadora, impresora, proyector, internet ilimitado y estable de alta velocidad, línea para llamadas telefónica, personal nuevo, diseñador web, capacitador y compra de software a una empresa externa.



## Cuadro indicador de plan de acción

<i>Objetivos</i>	<i>Tácticas</i>	<i>Estrategia</i>	<i>Encargado</i>	<i>Tiempo</i>	
				<i>Inicio</i>	<i>Fin</i>
Incorporación de software para la empresa	A) Identificar la necesidad. B) Estandarización de procesos. C) Elección de software. D) Preparación para el cambio y formación al personal. E) Pruebas. F) Implementación.	Digitalización organizacional.	Gerente de Administración y finanzas	01/01/2021	31/04/2021
Incremento de clientes	A) Búsqueda de oportunidad. B) Segmentación de mercado. C) Análisis de mercado. D) Estrategia de marketing E) Diseño de planes. F) Implementación	Lanzamiento de área de marketing.	Gerente de ventas. Supervisor de vendedores y vendedores	01/04/2021	31/82/2021

	de la estrategia.				
Servicio de post-venta a clientes	A) Abrir canal específico para el servicio. B) Mantener contacto con los clientes continuo. C) Creación de incentivos. D) Brindar servicio de soporte. E) Seguimiento.	Fidelización del cliente, agregando valor extra a la compra.	Supervisor de vendedores y vendedores	01/01/2021	31/12/2021
Capacitación de los empleados	A) Análisis de las necesidades. B) Diseño de la instrucción. C) Validación. D) Aplicación. E) Evaluación y seguimiento.	Incremento de eficiencia en ingresos.	Gerente de administración	01/01/21	31/12/2021

Fuente de elaboración propia

Ilustración: Diagrama de implementación

Actividades	Periodo			Año calendario 2021											
	Inicio	Fin	Duración	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Objetivo general</b>	<b>1/1/2021</b>	<b>31/4/2021</b>	<b>119 días</b>												
Comunicación del objetivo general y organización de personal	1/1/2021	30/1/2021	30 días												
Busqueda y contratacion de recursos	1/1/2021	30/1/2021	30 días												
preparacion de las instalaciones	1/1/2021	31/1/2021	23 días												
Puesta en marcha e instalacion de software	1/2/2021	31/4/2021	89 días												
<b>1° Obejtivo especifico</b>	<b>1/4/2021</b>	<b>31/8/2021</b>	<b>153 días</b>												
Preparacion de las instalaciones	1/4/2021	30/4/2021	30 días												
Busqueda y contratacion de programador web y recursos necesarios	1/4/2021	30/4/2021	30 días												
Estudio de mercado para la implementacion de la estrategia de marketing	1/4/2021	31/5/2021	61 días												
Puesta en marcha de creacion de paginas web	1/5/2021	31/7/2021	92 días												
Proceso de seleccón y contratacion de mano de obra, para area de marketing	1/7/2021	31/7/2021	30 días												
<b>2° Objetivo especifico</b>	<b>1/1/2021</b>	<b>31/12/2021</b>	<b>365 días</b>												
Proceso de estudio y trabajo sobre servicio post-venta	1/1/2021	30/1/2021	30 días												
Puesta en marcha	1/2/2021	28/2/2021	28 días												
Seguimiento, control y ajustes	1/12/2021	31/12/2021	365 días												
<b>3° Objetivo especifico</b>	<b>1/12/2021</b>	<b>31/12/2021</b>	<b>365 días</b>												
Preparacion de las instalaciones	1/1/2021	30/1/2021	30 días												
Contratacion de mano de obra (Capacitador)	1/1/2021	30/1/2021	30 días												
Diseño de capacitacion	1/2/2021	31/4/2021	89 días												
Comienzo de capacitacion a nuevos empleados	1/5/2021	31/12/2021	245 días												

Fuente de elaboración propia

*Ilustración: Presupuesto 2021*

Presupuesto 2021													
Recursos/Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Observacion
Espacio físico													Ya posee
Materiales básicos													Ya posee
Escritorios				\$ 11.780,00									
Sillas				\$ 21.142,00									
Computadoras				\$ 119.998,00									
Impresoras				\$ 38.799,00									
Proyector				\$ 35.399,00									
Internet ilimitado	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	
Llamadas telefónicas	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	
Personal para área de marketing								\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	
Diseñador web					\$ 62.531,00	\$ 62.531,00	\$ 62.531,00	\$ 62.531,00	\$ 62.531,00	\$ 62.531,00	\$ 62.531,00	\$ 62.531,00	
Capacitador		\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	
Compra de Software de gestión ERP		\$ 652.460,03	\$ 652.460,03	\$ 652.460,03	\$ 652.460,03	\$ 652.460,03	\$ 652.460,03						
Puesta en marcha		\$ 977.805,84											
Licencia de uso		\$ 2.936.954,35											
Mensual		\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	
Soporte		\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	
Total	\$ 4.107,00	\$ 4.827.081,54	\$ 5.743.509,89	\$ 6.882.949,25	\$ 7.857.801,60	\$ 8.832.653,95	\$ 9.807.506,30	\$ 10.369.328,62	\$ 10.931.150,94	\$ 11.492.973,26	\$ 12.054.795,58	\$ 12.616.617,90	
Total acumulado	\$ 4.107,00	\$ 4.831.188,54	\$ 5.743.509,89	\$ 6.882.949,25	\$ 7.857.801,60	\$ 8.832.653,95	\$ 9.807.506,30	\$ 10.369.328,62	\$ 10.931.150,94	\$ 11.492.973,26	\$ 12.054.795,58	\$ 12.616.617,90	

Fuente de elaboración propia

*Ilustración: Presupuesto 2022*

Presupuesto 2022												
Recursos/Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Espacio fisico												
Materiales basicos												
Escritorios												
Sillas												
Computadoras												
Impresoras												
Proyector												
Internet ilimitado	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00
Llamadas telefonicas	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00	\$ 537,00
Peronsal para area de marketing	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00	\$ 239.430,00
Diseñador web												
Capacitador	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00
Compra de Software de gestion ERP												
Puesta en marcha												
Licencia de uso												
Mensual	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16
Soporte	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16	\$ 101.877,16
Total	\$ 499.291,32	\$ 499.291,32	\$ 499.291,32	\$ 499.291,32	\$ 499.291,32	\$ 499.291,32	\$ 499.291,32	\$ 499.291,32	\$ 499.291,32	\$ 499.291,32	\$ 499.291,32	\$ 499.291,32
Total acumulado	\$ 499.291,32	\$ 998.582,64	\$ 1.497.873,96	\$ 1.997.165,28	\$ 2.496.456,60	\$ 2.995.747,92	\$ 3.495.039,24	\$ 3.994.330,56	\$ 4.493.621,88	\$ 4.992.913,20	\$ 5.492.204,52	\$ 5.991.495,84

Fuente de elaboración propia

*Ilustración: Calculo de Roí*

<b>Inversion a realizar</b>	\$ 18.608.114	<b>Inversion a realizar</b>	-\$ 18.608.113,74
<b>Ingresos producidos por la inversion</b>	\$ 72.259.298	<b>Utilidad neta año 2021</b>	\$ 17.859.326,83
<b>Roi en %</b>	288%	<b>Utilidad neta año 2022</b>	\$ 54.399.970,97
<b>Roi en \$</b>	\$ 2,88	<b>Total</b>	\$ 72.259.297,80
<b>Van</b>	16593362,05	<b>Roi</b>	<b>2,883214538</b>
<b>Tir</b>	125,6%		

Fuente de elaboración propia

Cuando el retorno de la inversión (ROI) en ingresos es de \$ 72.259.298, y la inversión es de \$18.608.114, es igual a un 288%. Proporcionando a la empresa una or cada \$ 1 pesos inversión, la ganancia de \$ 2,88 pesos por la inversión realizada.

Se observa un valor actual neto (VAN) positivo, lo que unido a un análisis de la tasa interna de retorno (TIR) de 125.6 % lo que muestra que el proyecto tiene que ser acepto por su retorno en un alto porcentaje.

La inversión se muestra del proyecto establecido en todos sus factores, muestra una rentabilidad absoluta, dando pruebas irrefutables de que es viable su implementación.

- Para mayor información sobre presupuestos y flujos de fondos, dirigirse a la sección de anexos donde se tiene material detallado.

## **Conclusiones:**

En el siguiente trabajo, se llevó a cabo un proceso de investigación en la empresa A.J. & J.A Redolfi S.R.L. Dicha empresa ubicada en la ciudad de James Craik provincia de Córdoba. La empresa cuenta con un gran valor agregado, que se relaciona con la fidelización de sus clientes dentro de los años y que trabaja con marcas líderes. Lo que la hace poder seguir hasta el día de hoy compitiendo contra sus rivales, en el mercado de una gran manera.

Con una implementación de una planificación estratégica, la empresa lograra encontrar el camino correcto y dejara atrás las falencias que se encuentran dentro de la organización, lo que impide poder explotar todo su potencial, pero cuenta con una gran posibilidad de mejorar, para competir dentro del entorno.

En la empresa, se observa una falta de implementación de tecnología y no contiene sistemas que ayuden a manejar las tareas cotidianas dentro de cada área de manera más rápidas y con mayor eficiencia. Esto genera un mayor trabajo y pérdida de tiempo en sus empleados, lo que imposibilita disponer de tiempo para realizar otras tareas o dedicarle más tiempos otros trabajos y proyectos. La empresa, se encuentra en un proceso de que sus costos están incrementando y al no poder trasladarlos en su totalidad a los precios de sus ventas, generan una pérdida de rentabilidad.

En el contexto actual en que vivimos, nos encontramos sumergidos en el mundo moderno, donde todo está conectado a la red y el internet con sus actualizaciones constantes. Las empresas que logran imponer estas tecnologías dentro de su organización, son aquellas que logran dar el salto de calidad dentro de la competencia y triunfan antes sus rivales, logrando mejorar su rentabilidad y eficiencia. Mas hoy en día que el mundo se ve afecto por un contexto de pandemia total y donde las personas incrementaron el uso de la tecnología y redes para buscar opciones, precios, seguridad y rapidez en sus compras.

Por eso, con el proceso de investigación, se llegó a la conclusión que la mejor opción para la empresa A.J. & J.A Redolfi S.R.L, es la implementación de la digitalización, con la incorporación de un software de gestión ERP, lo cual va a organizar su información en las distintas áreas y esto posibilita la obtención de más tiempo entre sus empleados y dirigentes, para que se trabajen en otros proyectos. de esta manera se reducen costos en sus trabajos, tareas y se incrementan las ventas, mejorando su rentabilidad. Se le recomienda a la empresa A.J. & J.A Redolfi S.R.L, tras el análisis efectuado dentro de los cambios necesarios para la organización la inversión del proyecto, ya que su realización le trae una ganancia de \$ 2.88 por cada \$ 1 peso que invierte.

### *Recomendaciones*

Se le recomienda a la empresa A.J. & J.A Redolfi S.R.L, aprovechar todas las mejores relacionadas en la digitalización en un futuro para que la organizar pueda seguir mejorando día a día. Buscar explotar el potencial de áreas que no se encuentran en un funcionamiento en todas sus posibilidades y con todo esto abrir el abanico de posibilidades de entrar a nuevos nichos y mercados.



## Biografía


- Banco. (2020). *Banco Mundial*. Recuperado de [www.bancomundial.org](http://www.bancomundial.org)
- Barrixe. (2020). *Barrixe tendencias*. Recuperado de <https://barrixe.com/es/tendencias/asi-utiliza-zara-la-tecnologia-para-mantenerse-lider-en-la-industria-de-la-moda/>
- Gobierno. (2020). *Gobierno de Argentina*. Recuperado de [www.argentina.gob.ar](http://www.argentina.gob.ar)
- INDEC. (2020). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Recuperado de [www.indec.gob.ar](http://www.indec.gob.ar)
- KET. (2020). *Obtenido de Sitio Oficial de la Unión Europea*. Recuperado de <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/area/key-enabling-technologies>
- Mindset, I. (2020). Recuperado de <https://inboundmindset.com/2019/06/18/como-netflix-ha-transformado-la-industria-del-entretenimiento/>
- ONU. (2020). *United Nations, Global Compact*. Recuperado de <https://www.unglobalcompact.org/>
- Porter, M. E. (1980). *Estrategia Competitiva*. Grupo Editorial Patria
- Robbins, S., y Coulter, M. (2014). *Administración. (11ª ed.)*. México: Pearson educación.
- Hill, C., y Jones, G. (2011). *Administración estratégica un enfoque integral. (9ª ed.)*. Cengage Learning.
- Sainz, V. (2017). *El plan estratégico en la práctica. (5ª ed.)*. Libros profesionales de empresas.
- Siemens. (2017). Recuperado de <https://assets.new.siemens.com/siemens/assets/api/uuid:06c5a5dd-5653-400a-9122-581692ecb65e/estudio-de-digitalizacion-arg-pagina.pdf>.
- Caso A.J. & J. A. Redolfi (2020). Recuperado de <https://siglo21.instructure.com/login/canvas>
- Banco. (2020). Banco central de la republica argentina. Recuperado de <https://www.bcra.gob.ar/default.asp>

## Anexos

### Anexos: Recursos y precios necesarios para la implementación

Escritorio Melamina Plus Furniture Office

12 CUOTAS SIN INTERÉS



**\$5.890**  
\$11.290 48% OFF

Pagá con todos los medios

VISA VISA Débito Mastercard +12

ahora 12 ▶ ahora 18 ▶

Promociones bancarias

- **Nuevo** ¡Empezá a pagar en 90 días! Con Ahora 12 y Ahora 18
- 3, 6 y 12 cuotas sin interés con Visa Ahora 12-18
- 3, 6 y 12 cuotas sin interés con Mastercard Ahora 12-18
- 3, 6 y 12 cuotas sin interés con American Express Ahora 12-18

Mirá todas las promociones


7 días de fabricación desde la compra

**COMPRAR**

Vendido y entregado por: **GARBARINO MARKET**

Retiro ¡GRATIS!  
Ver sucursales

Silla de Mesh Gris LK 8047 Bons 1 U.



**\$10.571**

Pagá con todos los medios

VISA VISA Débito Mastercard +12

ahora 12 ▶ ahora 18 ▶

Promociones bancarias

- **Nuevo** ¡Empezá a pagar en 90 días! Con Ahora 12 y Ahora 18
- Hasta 36 cuotas fijas con tarjetas seleccionadas

Mirá todas las promociones

**COMPRAR**

Vendido y entregado por: **GARBARINO MARKET**

Retiro ¡GRATIS!  
Ver sucursales

Envío rápido a todo el país

21 Campus Vir x Planificació x TEBE ROMI x MODULO 4 x Presupuest x computado x COMPUTA x AIO HP 19.5 x Comprar C x +

fravega.com/p/aio-hp-19-5-hp-205g3-aio-a4-9125-4gb-1tb-wh-50014280?utm\_content=marketplace\_s-comp\_1000019\_50014280\_hp&gclid=Cj0KCQIA48j9BRC-ARIsAMQu3WRf...



**hp**  
**AIO HP 19.5 HP 205G3 AIO A4-9125 4GB 1TB WH**

MARKET Producto de nuestra red de proveedores  
 Vendido por Ceven

~~65.999~~ **9% OFF**  
**\$ 59.999**

¡Aprovechá nuestras promociones bancarias!

- 9 cuotas sin interés de \$ 6.666,56
- 3 cuotas sin interés de \$ 19.999,67
- 3 cuotas sin interés de \$ 19.999,67

Ver cuotas y todos los medios de pago >

COMP Chateá con un Experto HP

Escribe aquí para buscar


ESP 17:14  
 ES 16/11/2020

21 Campus x Planificació x TEBE ROMI x MODULO 4 x Presupuest x impresora x Impresora x COMPUTA x AIO HP 19.5 x Comprar C x +

bidcom.com.ar/impresoras-multifuncion/impresora-hp-laserjet-pro-m428fdw-fax-duplex-wifi-multifuncion?source=shopping&gclid=Cj0KCQIA48j9BRC-ARIsAMQu3WRfID1-4FZW...

Categorías Envío a TODO el país

Home > Impresoras / multifunción > HP > IMP00038



32 personas están viendo esta oferta en este momento.

9 vendidos

**Impresora HP LaserJet Pro M428FDW Láser Multifunción WIFI Duplex Fax**

★★★★★ (Ver 2 opiniones)

~~61.249~~  
**\$ 38.799** 37% OFF

Pagá hasta en 12 cuotas de \$3879

VISA

Ver cuotas y promós

Correo express GRATIS a todo el País  
 Llega entre el 22 de Noviembre y el 6 de Diciembre

Envío Moto AMBA (CABA GRATIS)  
 Llega mañana  
 Calcular envío

ESTAMOS ON-LINE!

Quienes vieron este producto también compraron

AHORA 12

Escribe aquí para buscar

ESP 17:17  
 ES 16/11/2020

21 Campus Virtual x Planificac x TEBE ROMINA VANESA x MODULO 4 x Presupuesto - Flujo de x Internet 1.000 Megas F x +


← → ↻ bidcom.com.ar/proyector/gadnic-iron-style-3200-lumenes-pantalla-100-tripode?source=shopping&gclid=Cj0KCQiA48j9BRC-ARIsAMQu3WTUdBC\_H11Ekgd6HI-B...

Segui tu compra Contacto Centro de Ayuda

**Bidcom** ¿Qué estás buscando? 0810 345 1102

Categorías Envío a TODO el país

Home > Proyector > Gadnic > KPROJ032



63 vendidos

**Proyector Gadnic Iron Style 5500  
Lúmenes + Pantalla 100"+ Trípode**

★★★★★ (Ver 2 opiniones)

\$55.999

**\$ 35.399** 37% OFF

Pagá hasta en 12 cuotas de \$3539

VISA

Ver cuotas y promos

Envío express a todo el País: \$450  
Llega entre el 22 de Noviembre y el 6 de Diciembre

Envío Flete (CABA \$340)

Llega mañana

ESTAMOS ON-LINE!

Escribe aquí para buscar

ESP 17:25 16/11/2020

21 Campus Virtual x Planificación estratégica x TEBE ROMINA VANESA x MODULO 4 x Presupuesto - Flujo de x Internet 1.000 Megas F x +

← → ↻ cablevisionfibertel.com.ar/internet/fibertel-1000-megas

Estás en: Cablevisión Fibertel

Personal Fibertel Cablevisión

Ofertas Productos y Servicios Mi Cuenta Ayuda CAPITAL FEDERAL

25M 50M 100M 300M 1.000M

INTERNET | INTERNET 1.000 MEGAS

**Fibertel 1.000 Megas**

- Internet 1.000 Megas
- Velocidad descarga hasta 1.000 Mbps
- Atención al cliente y soporte 24 hs.

FIBERTEL 1.000 MEGAS

**\$3.570** Finales por mes

SOLICITAR

Tenemos ofertas para vos

Disfrutá de la mejor conexión en toda tu casa

VER OFERTAS

Chat online 0800-555-0104

Servicios Comparativo

Escribe aquí para buscar

ESP 17:35 16/11/2020

2 Campus Virtual x MODULO 4 x Tienda | Planes | Plan Total País F x +

hogares.telecom.com.ar/tienda/planes/plan\_total\_pais\_full.html?icn=telecom-plan-total-pais-full&ici=telecom\_home\_h2\_p3

Estás en: Telecom

# TELECOM

Ingresar

Productos y Servicios v MI Cuenta v Ayuda v

## Plan Total País Full

Minutos **ILIMITADOS** nacionales a LINEAS FIJAS y LINEAS MOVILES de Personal.  
Para hablar todo lo que quieras, a todo el país.

# \$537

IVA incluido por mes

**35% de descuento x 6 meses**

PEDILO AL 0800 888 0112

### Descripción

- Minutos ilimitados para hablar a líneas fijas de cualquier operador, de todo el país (sin cargo adicional para llamadas locales y de larga distancia nacional)
- Minutos ilimitados para hablar a líneas móviles de Personal de todo el país
- Un Pack de Servicios que incluye: contestador automático (Call), transferencia de llamadas, conferencia, llamadas sin selección y llamada en espera (1)
- Incluye Servicio Básico Telefónico.

### Términos y Condiciones

Chat

Escribe aquí para buscar

16:29 ESP ES 17/11/2020

← → ↻ cpcpc.org.ar/content/honorarios

	INICIO	EL CONSEJO ▼	MATRICULACION ▼	SERVICIOS ▼	T.A.D.	RESO
Consultor Infraestructura	\$ 107.969	\$ 144.678	\$ 2.583	\$ 4.704		
Consultor Seguridad de la Información	\$ 124.223	\$ 166.458	\$ 2.972	\$ 5.412		
Consultor BI / IA	\$ 124.223	\$ 166.458	\$ 2.972	\$ 5.412		
Consultoría Comercio Electrónico	\$ 93.411	\$ 125.170	\$ 2.235	\$ 4.070		
Especialista en Comercio Electrónico	\$ 135.286	\$ 208.436	\$ 3.182	\$ 5.412		
<b>Diseñador</b>						
Perfil / Rol / Cargo	Mes mínimo	Mes Máximo	Hora Min	Hora Máx		
Diseñador Gráfico	\$ 62.530	\$ 94.074	\$ 1.803	\$ 3.073		
Diseñador Gráfico Jr.	\$ 40.490	\$ 62.530	\$ 997	\$ 1.883		
Diseñador Multimedia / Transmedia	\$ 69.875	\$ 98.470	\$ 1.671	\$ 3.044		
Diseñador industrial	\$ 62.530	\$ 104.217	\$ 1.496	\$ 3.405		
Diseño de páginas web	\$ 41.686	\$ 83.377	\$ 997	\$ 3.073		
Game Designer	\$ 84.918	\$ 125.170	\$ 2.031	\$ 3.535		
Diseñador de Usabilidad (UX Usab Experience)	\$ 72.787	\$ 107.725	\$ 1.742	\$ 3.140		
Dibujante de articulación PC	\$ 31.541	\$ 52.308	\$ 756	\$ 1.710		

cpipc.org.ar/content/honorarios

	INICIO	EL CONSEJO ▼	MATRICULACION ▼	SERVICIOS ▼	T.A.D.	RESOLUCIONES
Jefe de Departamento o Área Informática	\$ 119.564	\$ 157.411	\$ 2.861	\$ 4.882		
Jefe de Servicio Técnico	\$ 52.308	\$ 83.377	\$ 1.252	\$ 2.723		
Lider./ Jefe de Proyectos	\$ 73.227	\$ 135.286	\$ 1.753	\$ 4.420		
Jefe de Gabinete Informático	\$ 52.308	\$ 83.377	\$ 1.252	\$ 2.723		
<b>IT -Infraestructura Tecnológica</b>						
Perfil / Rol / Cargo	Mes mínimo	Mes Máximo	Hora Min	Hora Máx		
Arquitecto de infraestructura	\$ 93.005	\$ 157.416	\$ 2.225	\$ 4.709		
Administrador de Redes, Comunicaciones y Sistemas Operativos	\$ 83.377	\$ 156.053	\$ 2.068	\$ 5.099		
Administrador de Bases de Datos (DBA) / Data Base Administrator	\$ 83.377	\$ 156.053	\$ 2.068	\$ 5.099		
Administrador de ISP	\$ 83.377	\$ 156.053	\$ 2.068	\$ 5.099		
Soporte técnico	\$ 65.508	\$ 87.344	\$ 1.567	\$ 2.853		
Mesa de Ayuda / Agente Call – Contact Center	\$ 39.790	\$ 53.054	\$ 952	\$ 1.734		
Técnico de Hardware	\$ 38.093	\$ 62.533	\$ 912	\$ 2.042		
<b>Implementación</b>						
Perfil / Rol / Cargo	Mes mínimo	Mes Máximo	Hora Min	Hora Máx		
Implementador Sistema	\$ 71.169	\$ 129.399	\$ 1.702	\$ 4.227		
Soporte User / Operador / Data Entry	\$ 38.480	\$ 60.332	\$ 1.098	\$ 1.970		

Campus Virtual x Sueldo: Capacitador | Glassdoor x +

glassdoor.com.ar/Sueldos/capacitador-sueldo-SRCH\_KO0,11.htm

Para restablecer tu acceso, necesitamos que hagas una contribución. [Escribir una evaluación](#) o [Agrega un sueldo.](#)

glassdoor  Sueldos ▼ Ubicación

Sueldos para Capacitador Argentina ▼ Para empleadores

Sueldos Entrevistas

**Sueldos para Capacitador** Confianza muy alta

30 Sueldos Actualizado el 27 oct 2020

Sueldo base promedio

# ARS\$ 52 mil / mes

ARS\$ 33 mil Bajo ARS\$ 108 mil Alto

**Sueldos para cargos relacionados**

No se encontró ningún cargo relacionado.

A medida que recibamos más informes de sueldos, podremos mostrar sueldos relacionados para este cargo.

[Enviar tu sueldo](#)

¿Cuánto gana un Capacitador?  
El sueldo nacional promedio de un Capacitador es de \$52.406 en Argentina. Filtra por ubicación para ver los... [Más](#)

Ordenar: Popular | [Más informes](#) | Sueldo

Esperando a www.glassdoor.com.ar...

ESP 16:38  
ES 17/11/2020

Para restablecer tu acceso, necesitamos que hagas una contribución. [Escribir una evaluación](#) o [Agrega un sueldo.](#)

**glassdoor**

**Sueldos para Asesor Financiero** Argentina ▾ Para empleadores

Sueldos Entrevistas

**Sueldos para Asesor Financiero**  
29 Sueldos Actualizado el 31 oct 2020 Confianza muy alta

Suelo base promedio

**ARS\$ 71 mil / mes**

ARS\$ 32 mil Bajo ARS\$ 136 mil Alto

Sueldos para cargos relacionados  
No se encontró ningún cargo relacionado.

A medida que recibamos más informes de sueldos, podremos mostrar sueldos relacionados para este cargo.

[Enviar tu sueldo](#)

¿Cuánto gana un Asesor Financiero?  
El sueldo nacional promedio de un Asesor Financiero es de \$71.043 en Argentina. Filtra por ubicación para... Más

Vacantes de Asesor Financiero

## Tasa de Leliq

No es seguro | [bcra.gov.ar/PublicacionesEstadisticas/Historial-Leliq.asp](http://bcra.gov.ar/PublicacionesEstadisticas/Historial-Leliq.asp)

Las letras de liquidez (LELIQ) son instrumentos a descuento en pesos emitidos por el BCRA diariamente a través de subastas.



Fecha de la subasta	Valor nominal adjudicado en pesos	Fecha de vencimiento	Plazo en días	Tasa mínima	Tasa máxima adjudicada	Tasa promedio ponderada adjudicada (Tasa de Política Monetaria - TMP)
17/11/2020	235.182.557.948	15/12/2020	28	38,000	38,000	38,000
12/11/2020	213.886.027.864	10/12/2020	28	36,000	36,000	36,000
10/11/2020	238.619.017.973	09/12/2020	29	36,000	36,000	36,000
05/11/2020	189.029.899.728	03/12/2020	28	36,000	36,000	36,000
03/11/2020	176.795.395.933	01/12/2020	28	36,000	36,000	36,000
29/10/2020	136.051.532.331	26/11/2020	28	36,000	36,000	36,000
27/10/2020	298.786.177.372	24/11/2020	28	36,000	36,000	36,000
22/10/2020	132.762.790.573	19/11/2020	28	36,000	36,000	36,000
20/10/2020	246.824.171.318	17/11/2020	28	36,000	36,000	36,000
15/10/2020	203.248.274.220	12/11/2020	28	37,000	37,000	37,000
13/10/2020	247.089.137.617	10/11/2020	28	37,000	37,000	37,000

## Tasa de inflación por el BCRA

bcra.gov.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/REM201030%20Resultados%20web.pdf

\*Comparación en relación al relevamiento previo, pudiendo no coincidir exactamente por efecto de redondeo. El número entre paréntesis indica por cuántos relevamientos consecutivos se mantiene la misma tendencia.

Fuente: REM - BCRA (oct-20)

Para diciembre de 2020, quienes participan del REM proyectaron que la inflación (nivel general) alcanzará 35,8% i.a., disminuyendo en 1,2 p.p. respecto de la previsión proyectada en el relevamiento previo. Consecuentemente, dicha previsión para 2020 resultaría 18,0 p.p. inferior a la variación registrada en diciembre de 2019 (53,8% i.a.). Por otra parte, elevaron los pronósticos de inflación para 2021, llegando a 48,9% i.a. (+1,4 p.p. respecto del REM previo) y proyectaron un descenso hasta 35,9% i.a. en 2022 (+0,3 p.p. respecto de la encuesta anterior).

### Cuadro 1.2 | Expectativas de inflación anual — IPC

Precios minoristas (IPC nivel general)					
Período	Referencia	Mediana (REM oct-20)	Dif. con REM anterior*	Promedio (REM oct-20)	Dif. con REM anterior*
2020	var. % i.a.; dic-20	35,8	-1,2 (6)	35,8	-0,6 (6)
Próx. 12 meses	var. % i.a.	52,1	+1,6 (1)	50,3	+0,6 (1)
2021	var. % i.a.; dic-21	48,9	+1,4 (8)	48,9	+2,0 (2)
Próx. 24 meses	var. % i.a.	37,6	-1,3 (2)	40,1	0,0 (1)
2022	var. % i.a.; dic-22	35,9	+0,3 (9)	38,3	0,0 (1)

\*Comparación en relación al relevamiento previo, pudiendo no coincidir exactamente por efecto de redondeo. El número entre paréntesis indica por cuántos relevamientos consecutivos se mantiene la misma tendencia.

Fuente: REM - BCRA (oct-20)

La previsión de inflación para los próximos 12 meses aumentó, ubicándose en 52,1% i.a. (+1,6 p.p. respecto de la encuesta pasada). Contrariamente, disminuyó hasta 37,6% i.a. la inflación proyectada para los próximos 24 meses —la variación esperada entre noviembre de 2021 y octubre de 2022— (-1,3 p.p. respecto del REM previo).



Costo y características de la implementación del software

10	<b>Enterprise Business:</b> Stock + Ventas + Fondos + Proveedores + Estadísticas + Contabilidad + Gestión de Compras + Bancos + Gestor de Alertas + Centros de Costos + Cash Flow + Presupuesto Contable + Tareas Internas
70	Enterprise Work para 7 Sucursales

ALQUILER (Costo x única vez)	NUBE (Costo x única vez)	COMPRA (Costo x única vez)
<b>\$ 808.104</b> 6 pagos de \$ 134.684	<b>\$ 808.104</b> 6 pagos de \$ 134.684	<b>\$ 3.235.339</b> 6 pagos de \$ 539.223
<b>INSTALADO EN TU EMPRESA</b>	<b>ACCEDES ON-LINE A UN DATACENTER</b>	<b>INSTALADO EN TU EMPRESA</b>
<b>Puesta en Marcha \$ 808.104</b> Instalación y Parametrización Migración de Datos desde Excel Capacitación Personalizada Diseño de Impresión de Comprobantes Consultoría y Asesoramiento	<b>Puesta en Marcha \$ 808.104</b> Parametrización Migración de Datos desde Excel Capacitación Personalizada Diseño de Impresión de Comprobantes Consultoría y Asesoramiento	<b>Puesta en Marcha \$ 808.104</b> Instalación y Parametrización Migración de Datos desde Excel Capacitación Personalizada Diseño de Impresión de Comprobantes Consultoría y Asesoramiento  <b>Licencias de Uso (Perpetuo) \$ 2.427.235</b>
<b>Mensual</b> <b>\$ 134.763</b>	<b>Mensual</b> <b>\$ 229.643</b>	<b>Mensual</b> <b>\$ 84.196</b>
<b>Uso del Software \$ 91.021</b> Resolución de Incidentes Act. A Nuevas Versiones Act. con Normativas Impositivas  <b>Soporte \$ 76.622</b> Atención Telefónica	<b>Uso del Software \$ 185.901</b> Acceso OnLine al DataCenter Resolución de Incidentes Act. A Nuevas Versiones Act. con Normativas Impositivas  <b>Soporte \$ 76.622</b>	<b>Soporte y Actualizaciones \$ 84.196</b> Atención Telefónica Soporte Remoto Mesa de Ayuda On-Line Resolución de Incidentes Act. A Nuevas Versiones



Humberto Primo 843 - 1º Piso  
Córdoba - Argentina  
Tel (0351) 5685000

## 2. Condiciones Comerciales

- Los precios cotizados **NO incluyen el IVA (21%)**
- Formas de Pago:
  - Costos x Única Vez:** Contra entrega de valores a **0, 30, 60, 90, 120 y 150 días.**
  - Servicios Mensuales:** Mediante Debito Directo.
- Vigencia: esta propuesta tiene una **vigencia de 7 días.**
- Todos los precios cotizados **NO incluyen gastos de traslado ni viáticos.**
- Tiempo Mínimo de Implementación: **30 a 90 días**



Flujo de caja

Ingresos	2020	2021	2022	Total		Inversion a realizar	-\$ 18.608.114
Por ventas de mercaderia	\$ 318.857.648	\$ 474.779.038	\$ 645.224.712				
Ingreso por incremento de ventas		\$ 18.991.162	\$ 51.617.977	\$ 70.609.139		Utilidad neta año 2021	\$ 17.859.327
						Utilidad neta año 2022	\$ 54.399.971
<b>Total de ingresos</b>	\$ 318.857.648	\$ 493.770.199	\$ 696.842.689			<b>Total</b>	\$ 72.259.298
						<b>Roi</b>	
<b>Egresos</b>							288%
Costo de mercaderia vendida	\$ 249.898.421	\$ 372.098.749	\$ 505.682.200			<b>Van</b>	
Gastos administrativos	\$ 7.669.955	\$ 11.420.563	\$ 15.520.545				16593362
Gastos de comercializacion	\$ 11.375.121	\$ 16.937.555	\$ 23.018.137			<b>Tir</b>	
Gastos financieros	\$ 39.496.697	\$ 58.810.582	\$ 79.923.581				126%
Otros egresos	\$ 885.858,00	\$ 1.319.043	\$ 1.792.579				
Total	\$ 309.326.052	\$ 460.586.491	\$ 625.937.042			<b>Rentabilidad por año</b>	
Economizacion de costos por software		\$ 6.908.797	\$ 18.778.111			Sin plan de accion 2020	1,9%
Total	\$ 309.326.052	\$ 453.677.694	\$ 607.158.931				
Costo de inversiones por planes de accion		\$ 12.616.618	\$ 5.991.496			Con plan de Accion 2021	3,6%
<b>Total de egresos</b>		\$ 466.294.312	\$ 613.150.426			Con plan de Accion 2021	7,8%
						Total	11,4%
Utilidad bruta	\$ 9.531.596	\$ 27.475.887	\$ 83.692.263				
						Aumento de la rentabilidad	9,5%
Impuesto a las ganancias	\$ 3.336.059	\$ 9.616.561	\$ 29.292.292			Inversion por año	
							2021 \$ 12.616.618
<b>Utilidad neta</b>	\$ 6.195.537	\$ 17.859.327	\$ 54.399.971				2022 \$ 5.991.496
<b>Rentabilidad por año</b>	<b>1,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>7,8%</b>			Total	\$ <b>18.608.114</b>

Presupuesto		Inflacion estimada		Ganancias	Economizacion de costos de costos	% por año
Ventas	\$ 318.857.648,00	2021	2022	35%	2021	1,5%
Costo de ventas	\$ 249.898.421,00	48,9%	35,9%		2022	3,0%
Gastos Administrativos	\$ 7.669.955,00	1,489	1,359			
Gastos de Comercializacion	\$ 11.375.121,00					
Gastos financieros	\$ 39.496.697,00	Aumento de ventas		Tasas de leliq		
Otros egresos	\$ 885.858,00	2021	2022	38%		
		4,0%	8,0%			
<b>Inversion a realizar</b>	\$ 18.608.114	<b>Inversion a realizar</b>	-\$ 18.608.113,74			
<b>Ingresos producidos por la inversion</b>	\$ 72.259.298	<b>Utilidad neta año 2021</b>	\$ 17.859.326,83			
<b>Roi en %</b>	288%	<b>Utilidad neta año 2022</b>	\$ 54.399.970,97			
<b>Roi en \$</b>	\$ 2,88	<b>Total</b>	\$ 72.259.297,80			
<b>Van</b>	1659336205%	<b>Roi</b>	<b>2,883214538</b>			
<b>Tir</b>	125,6%					

## Datos del presupuesto

	Unidades	Precios	Total
Escritorios	2	\$ 5.890,00	\$ 11.780,00
Sillas	2	\$ 10.571,00	\$ 21.142,00
Computadoras	2	\$ 59.999,00	\$ 119.998,00
Impresoras	1	\$ 38.799,00	\$ 38.799,00
Proyector	1	\$ 35.399,00	\$ 35.399,00
Internet ilimitado	1	\$ 3.570,00	\$ 3.570,00
Llamadas telefonicas	1	\$ 537,00	\$ 537,00
Peronsal para area de marketing	2	\$ 119.715,00	\$ 239.430,00
Diseñador web	1	\$ 62.531,00	\$ 62.531,00
Capacitador	1	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00
Software de gestion ERP	1	\$ 3.235.339,00	\$ 3.914.760,19
Puesta en marcha	1	\$ 808.104,00	\$ 977.805,84
Licencia de uso	1	\$ 2.427.235,00	\$ 2.936.954,35
Mensual	1	\$ 84.196,00	\$ 101.877,16
Soporte	1	\$ 84.196,00	\$ 101.877,16
IVA	1,21		
<b>Presupuesto de inversion por año</b>			
<b>2021</b>	\$	12.616.617,90	
<b>2022</b>	\$	5.991.495,84	
<b>Total</b>	\$	18.608.113,74	

