



PLAN DE NEGOCIOS Y COMERCIO ELECTRÓNICO

# STIMOLO ABRASIVOS S.A

TRABAJO FINAL



# DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Stimolo Abrasivos S.A se creó en el año 1982 Nació desde la idea de Hugo Stimolo, dueño y fundador de la empresa.

Se comenzó con la idea de la venta de abrasivos y materiales para pulir (brocas y discos diamantados, elementos para pulir pisos, piedra, mesadas, etc.)

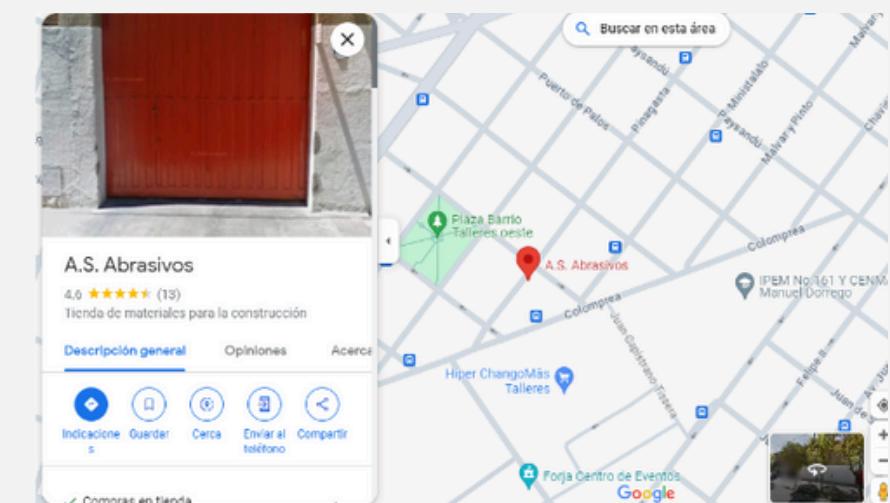
Con el avance del tiempo, la empresa fue adoptando otros productos competitivos para el mercado

**Modelo de negocio**  
B2B / B2C



## Ubicación

Su oficina y depósito se ubican en la calle Pinagasta 1380, de la Ciudad de Córdoba.





## VISIÓN

Ser la empresa líder en Córdoba capital y en toda la provincia, destacándonos como la primera opción a la hora de elegir productos de construcción. Nos comprometemos a ofrecer productos de alta calidad, rapidez en su entrega y un servicio excepcional al cliente. Aspiramos a promover nuestros productos para que nuestros clientes puedan cumplir sus proyectos de construcción y remodelaciones

## MISIÓN

Brindamos materiales especializados de alta calidad para la construcción, dentro de la Provincia de Córdoba. Nos enfocamos en apoyar a personas y empresas con atención personalizada, asesoramiento experto y entregas rápidas, garantizando la satisfacción del cliente y superando sus expectativas en cada interacción con el cliente

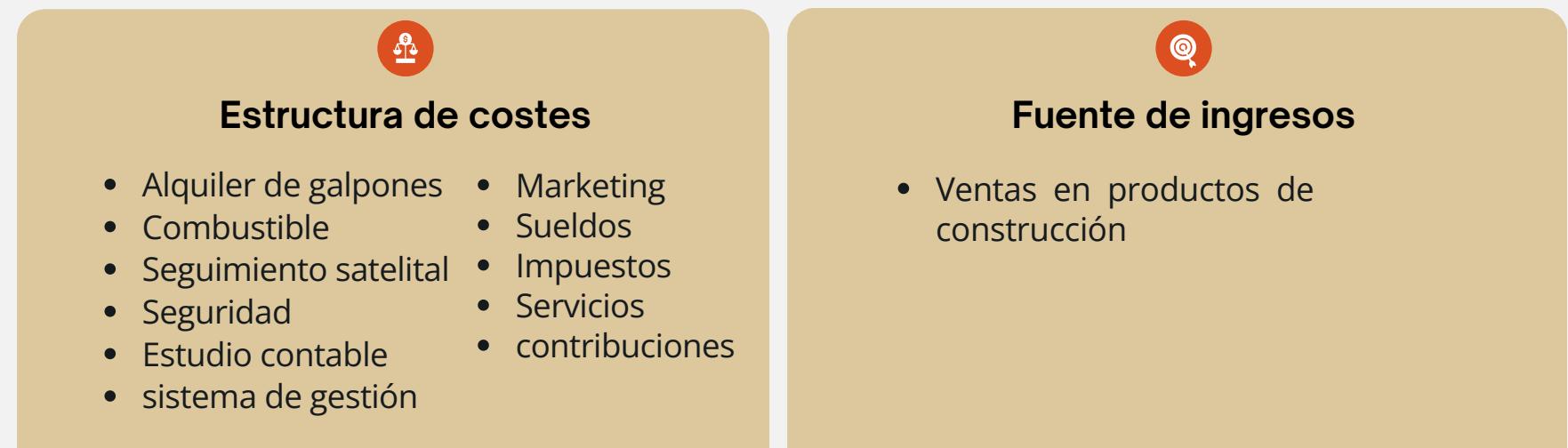
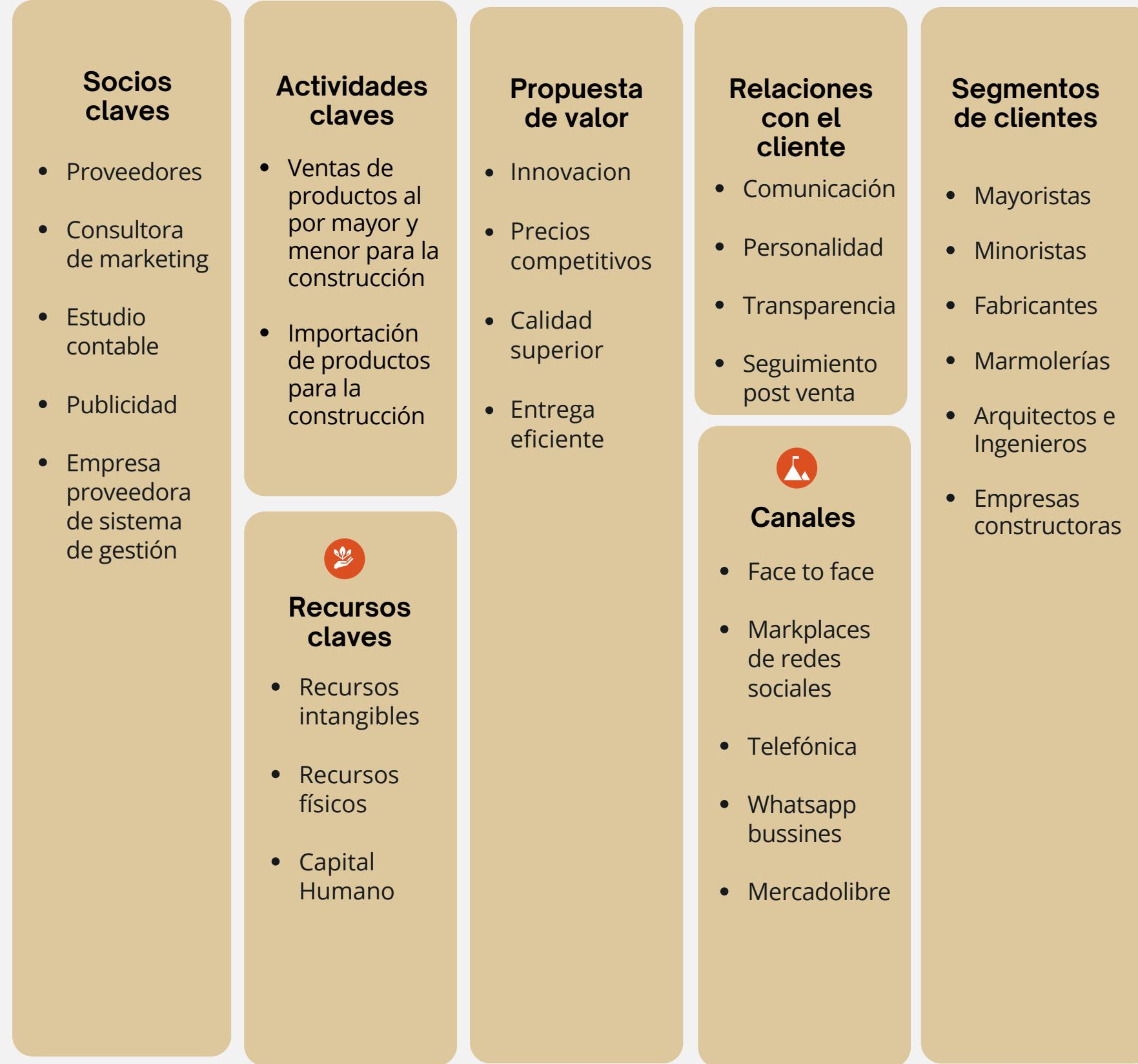
## VALORES

Calidad, Servicio al cliente e Integridad

# Modelo Canvas



2012



# PESTEL

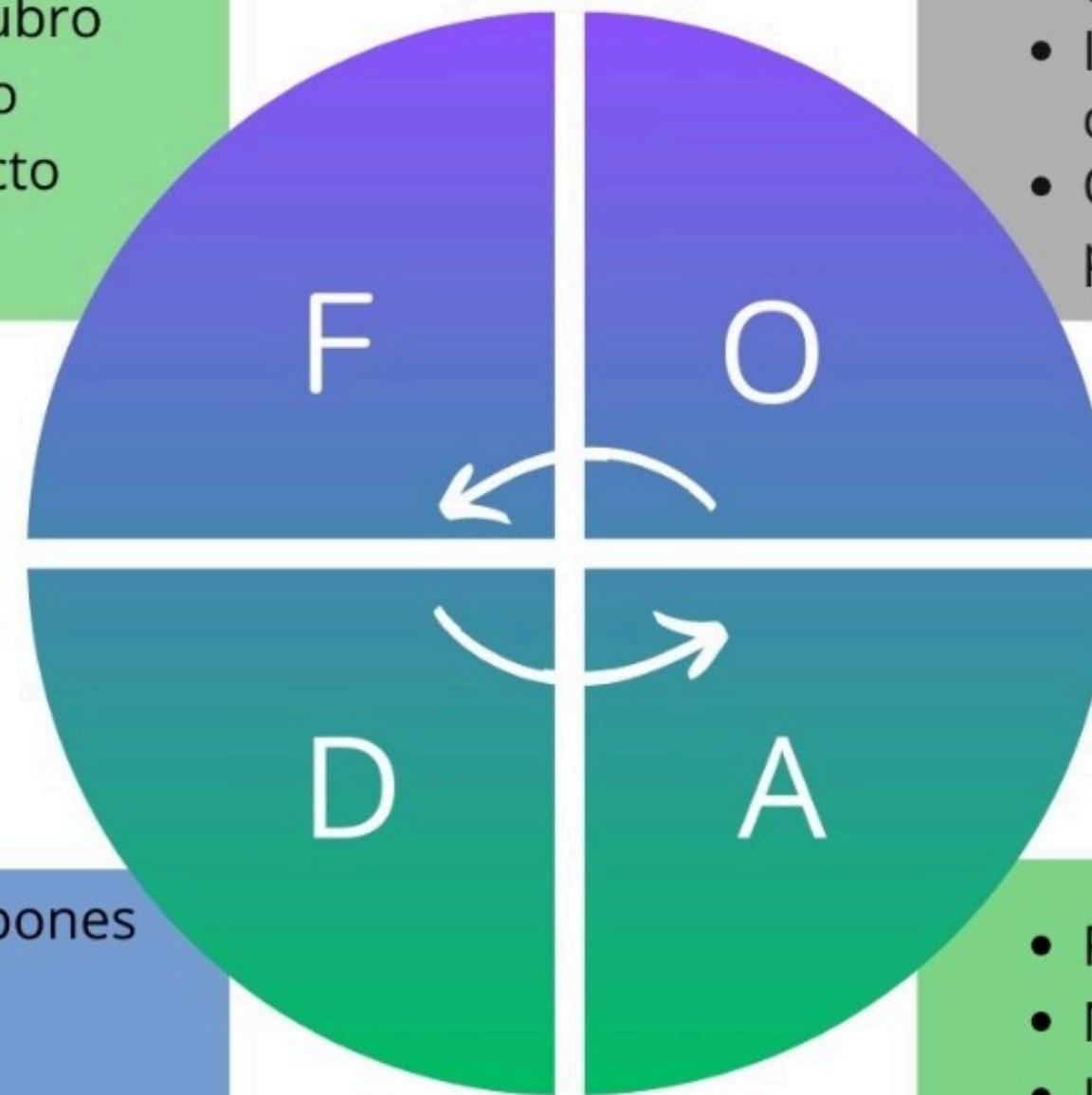


VARIABLES	CATEGORIA	SE CONSIDERA	IMPACTO	COLUMNA
Asunción del nuevo gobierno	Político	Amenaza	Alto	Corto
Presión Tributaria estatal	Político	Amenaza	Alto	Corto
Nuevas medidas tomadas por el Gobierno	Político	Amenaza	Medio	Corto
Impuestos a crear por el gobierno	Político	Amenaza	Medio	Largo
Inflación	Económico	Amenaza	Alto	Corto
Inestabilidad económica	Económico	Amenaza	Alto	Corto
Devaluación de la moneda nacional	Económico	Amenaza	Alto	Corto
Utilización de tarjetas de crédito	Económico	Oportunidad	Bajo	Medio
Utilización de posnet	Económico	Oportunidad	Bajo	Medio
Alta barrera en el ingreso del mercado	Económico	Oportunidad	Bajo	Largo
Estabilidad laboral	Sociocultural	Oportunidad	Bajo	Largo
Medios de pago	Tecnológico	Oportunidad	Bajo	Largo
Programa de software de administración	Tecnológico	Oportunidad	Bajo	Largo
Avances tecnológicos	Tecnológico	Oportunidad	Bajo	Largo
Medios de comunicación WhatsApp	Tecnológico	Oportunidad	Bajo	Largo
Regulaciones medio ambientales	Ecológico	Oportunidad	Medio	Corto
Sostenibilidad	Ecológico	Oportunidad	Medio	Corto
Marco Impositivo	Legal	Amenaza	Alto	Corto
C.C.T	Legal	Amenaza	Alto	Medio
Habilitación	Legal	Oportunidad	Bajo	Largo

A photograph showing several people's hands and arms around a wooden conference table. They are looking at a large sheet of paper with various blue and orange bar charts and line graphs. A laptop keyboard is visible in the bottom left corner.

# ANÁLISIS FODA

- Atención personalizada
- Logística especializada en el rubro
- Personal altamente capacitado
- Únicos vendedores del producto cuarzo



- Diferentes ubicaciones de galpones y oficinas administrativas
- Ausencia de local comercial
- Falta de cartelería
- Atención a los clientes dentro de galpones de logística

- Implementar una plataforma e-commerce
- Implementar una campaña invasiva de marketing
- Ofrecer muestras de diferentes productos a los clientes

- Recesión económica
- Nuevos competidores
- Inestabilidad económica
- Declinación de proyectos de construcción



# 5 fuerzas de Porter



Amenaza de nuevos competidores entrantes

Poder de negociación de los proveedores

Poder de negociación de los clientes

Amenaza de productos sustitutos

Rivalidad entre los competidores

# Matriz BCG



C G M A T R



La Matriz BCG (Boston Consulting Group) es una herramienta de análisis estratégico que clasifica los productos o unidades de negocio en cuatro categorías según su participación de mercado y el crecimiento del mercado.

Ayuda a las empresas a decidir dónde invertir, desarrollar o descontinuar productos, facilitando la asignación de recursos y la planificación estratégica basada en el rendimiento y el potencial de mercado de cada unidad.



**Producto Estrella:**

Cemento blanco, ya que es un producto de excelente calidad importado y que muy pocas empresas son distribuidores de este material.



**Producto Interrogante:**

Ferrites (Lanxess) y pigmentos para piso, porque no se adaptan los clientes a su uso, muchos prefieren la colocación de azulejos o algún revestimiento, antes de colocar un piso industrial con pigmento que es mucho más barato y fácil de colocar. Con este producto se realizaron grandes trabajos como el piso del Parque del Kempes.



**Producto Vaca:**

El cuarzo, ya que somos el único distribuidor de este producto en Córdoba pero se debe dar a conocer más y explotar todo su potencial en el mercado. Aunque este material no sale tanto como es el cemento.



**Producto Perro:**

Cal viva es un material que fue reemplazado en lo que es la preparación para construcción, en lugar de usar cales se empezó a reemplazar el uso de cal y arena al uso directamente de premezclado ya hecho.



# ANÁLISIS DE COMPETENCIA

## Corralon y Ferreteria



Descripción: Corralón & Ferretería DREEI es una empresa que ofrece materiales de construcción, como así también herramientas de trabajo, el cual se encuentra ubicado en la provincia de Córdoba, Argentina.

Ubicación: Abad E Illana 787, X5012 Córdoba



Maps: <https://maps.app.goo.gl/2HqjJw5nQGRywDq67>

Calificación: 5.0 (3 comentarios)

Instalaciones y materiales.



Sitio web: No tiene sitio web disponible.

Redes sociales.

Instagram: Sin Instagram disponible.

Facebook: <https://www.facebook.com/share/MvV8MvjvE1ot7tcL/?mibextid=LQQJ4d>

1 me gusta – 1 seguidor.



LT MATERIALES  
Y HERRAMIENTAS

TU SOCIO EN CONSTRUCCION

Descripción: LT Materiales es una empresa que ofrece materiales de construcción y, como así también herramientas de trabajo, el cual se encuentra ubicado en la provincia de Córdoba, Argentina.

Ubicación: Padre Luis Monti 2171, X5000 Córdoba



Maps: <https://maps.app.goo.gl/qb6RAMhAixjfPCHW9>

Calificación: 5.0 (24 comentarios)

Instalación y materiales.



Sitio web: No tiene sitio web disponible.

Redes sociales.

Instagram:

<https://www.instagram.com/ltmaterialesyherramientas?igsh=MTUwMzk1aWR0cG10MA==>

770 seguidores.

Facebook: <https://www.facebook.com/share/sNarZK2691f1ULvV/?mibextid=LQQJ4d>

18 me gusta – 30 seguidores



**Descripción:** DMG Materiales es una empresa que ofrece materiales de construcción, el cual se encuentra ubicado en la provincia de Córdoba, Argentina.

**Ubicación:** Dr. Arturo Capdevila 1914, X5012CKN Córdoba



**Maps:** <https://maps.app.goo.gl/Rjv8WicqyLQhx4Cg8>

**Calificación:** 4.2 (51 comentarios)

**Instalación y materiales.**



**Sitio web:** <https://corralon-dmg.webnode.page/>



**Redes sociales.**

**Instagram:** <https://www.instagram.com/dmgcorralon?igsh=cWtIdDNmNDV3ejRm>

**348 Seguidores**

**Facebook:** <https://www.facebook.com/share/EgSn4B43LskxMK9F/?mibextid=LQJ4d>

**552 me gusta – 587 Seguidores**

# Benchmark



2012

Empresas / variaciones	Pagina web	Medios de pago	Variedad de productos	Logísticas
	Posee pagina web	Todos los medios de pago	Alta	Dos centros de distribución dentro de Córdoba Capital
	No posee pagina web	Todos los medios de pago	Alta	Un centro de distribución dentro de Córdoba Capital
	No posee pagina web	Todos los medios de pago	Media	Un centro de distribución dentro de Córdoba capital
	Posee pagina web	Todos los medios de pago	Alta	Un centro de distribución dentro de Córdoba capital

# Estrategia de Marketing





Para atraer clientes y maximizar el crecimiento de la plataforma de e-Commerce, se implementará

**Estrategia de Publicidad en Redes Sociales y Optimización para Motores de Búsqueda (SEO)**



# ANÁLISIS DE CADENA DE VALOR

## APROVISIONAMIENTO



Solicitud a diferentes proveedores

## INFRAESTRUCTURA



Oficinas de administración  
2 camiones  
2 mulas de carga  
2 depósitos

## OPERACIONES



Toma de pedidos de los clientes  
Facturación de productos vendidos  
Ordenamiento logístico de los galpones según materiales en stock

## DESARROLLO TECNOLÓGICO



Investigación de nuevas campañas publicitarias  
Sistemas de gestión

## LOGÍSTICA INTERNA



Solicitud de pedidos mensualmente  
Control de stock mensual  
Recepción de pedidos  
Control de calidad  
Preparación de pedidos

## MARKETING Y VENTAS



Redes sociales:  
Facebook, Instagram,  
página web  
Ventas:  
Telefónicas  
Mercado Libre

## RECURSOS HUMANOS



Colaboradores altamente capacitados  
Choferes especializados en logística de transporte  
Estudio contable  
Consultora de marketing

## LOGÍSTICA EXTERNA



Repartos programados de materiales solicitados por los clientes  
El costo del reparto a cargo del cliente

## SERVICIO POST VENTA



Se realizan seguimientos a todos los clientes brindando el mejor asesoramiento necesario a la hora de usar los materiales

# Objetivos





## Objetivos estratégicos

- Incrementar las ventas diseñando y desarrollando una plataforma de E-Commerce.
- Implementar un sistema de gestión que gestione y automatice las principales funciones empresariales, adaptandolo al ecommerce.



## Objetivos específicos

- Desarrollar y lanzar la Plataforma de E-Commerce  
Completar el desarrollo inicial en el primer año y realizar mejoras continuas en los siguientes dos años.
- Incrementar las ventas por el canal online  
Aumentar las ventas online en un 150% al final del tercer año.
- Implementar y Optimizar un Sistema ERP (SAP)  
Implementar SAP y optimizar su uso para integrar y gestionar eficientemente el ecommerce y otras funciones empresariales en el primer año, y realizar mejoras continuas en los siguientes dos años.



# Propuesta de Inversión

1

**Desarrollo y Lanzamiento de la Plataforma de E-Commerce**

2

**Implementación y optimización de sistema ERP (SAP)**

Desarrollo, Diseño y Licencias: 10,000,000 pesos  
Integración con ERP: 2,500,000 pesos  
Hosting, Mantenimiento y Marketing: 3,000,000 pesos

**Total para E-Commerce: 15,500,000 pesos**

Licencias y Consultoría: 20,000,000 pesos  
Capacitación y Mantenimiento: 4,000,000 pesos

**Total para ERP (SAP): 24,000,000 pesos**

# Financiamiento



CREDITO BANCARIO (METODO FRANCES)				
	TASA	55%		
	PERIODO	3	CUOTA ANUAL	\$ 45.115.093,39
	PRESTAMO	\$ 60.000.000,00		
PERIODO	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACION	DEUDA PENDIENTE
0				\$ 60.000.000,00
1	\$ 45.115.093,39	\$ 33.000.000,00	\$ 12.115.093,39	\$ 47.884.906,61
2	\$ 45.115.093,39	\$ 26.336.698,64	\$ 18.778.394,75	\$ 29.106.511,86
3	\$ 45.115.093,39	\$ 16.008.581,52	\$ 29.106.511,86	\$ 0,00
PERIODO	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACION	DEUDA PENDIENTE
0				\$ 60.000.000,00
1	\$ 45.115.093,39	\$ 33.000.000,00	\$ 12.115.093,39	\$ 47.884.906,61
2	\$ 45.115.093,39	\$ 26.336.698,64	\$ 18.778.394,75	\$ 29.106.511,86
3	\$ 45.115.093,39	\$ 16.008.581,52	\$ 29.106.511,86	\$ -

Como financiación del proyecto, se obtendrá un crédito de \$60,000,000 de pesos a 3 años con una tasa del 55% anual y una tasa de descuento del 40%

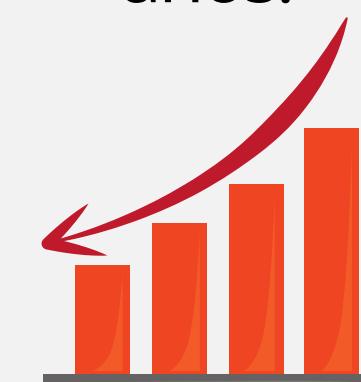
# PROYECCIONES



PROYECCIONES DE VENTA LINEAL		
AÑO	VENTAS	Crecimiento
2022	\$ 163.484.788,00	-
2023	\$ 203.573.730,00	25%
2024	\$ 253.383.742,00	24%
2025	\$ 296.713.040,67	17%
2026	\$ 341.662.517,67	15%
2027	\$ 386.611.994,67	13%

Con respecto a las proyecciones de venta, se realizó en forma lineal, tomando en cuenta los últimos tres años.

Se visualiza un decrecimiento para los próximos tres años.



# ESCENARIOS POSIBLES

## Normal

Se toma en cuenta los resultados de la proyección lineal

## Optimista

Se optó por un aumento con respecto a las ventas de un 15%

## Pesimista

Se optó por una disminución de ventas del 15%

ESCENARIOS POSIBLES		0%	-15%	15%
AÑO	VENTAS	REAL	PESIMISTA	OPTIMISTA
2025	\$ 296.713.040,67	\$ 296.713.040,67	\$ 252.206.084,57	\$ 341.219.996,77
2026	\$ 341.662.517,67	\$ 341.662.517,67	\$ 290.413.140,02	\$ 392.911.895,32
2027	\$ 386.611.994,67	\$ 386.611.994,67	\$ 328.620.195,47	\$ 444.603.793,87



# ANÁLISIS DE FLUJO DE EFECTIVO

ESCENARIO REAL				
INGRESOS		\$ 296.713.040,67	\$ 341.662.517,67	\$ 386.611.994,67
COSTOS DE VENTA		40%	40%	40%
COSTOS FIJOS		20%	20%	20%
GA		3%	3%	3%
IMPUESTOS		15%	15%	15%
CASH FLOW	0	1	2	3
INGRESO		\$ 296.713.040,67	\$ 341.662.517,67	\$ 386.611.994,67
COSTOS DE VENTA		\$ 118.685.216,27	\$ 136.665.007,07	\$ 154.644.797,87
UTILIDAD BRUTA		\$ 178.027.824,40	\$ 204.997.510,60	\$ 231.967.196,80
COSTOS FIJOS		\$ 59.342.608,13	\$ 68.332.503,53	\$ 77.322.398,93
GA		\$ 8.901.391,22	\$ 10.249.875,53	\$ 11.598.359,84
INTERESES		\$ 33.000.000,00	\$ 26.336.698,64	\$ 16.008.581,52
DEPRECIACION		-	-	-
UTILIDAD ANTE IMP.		\$ 76.783.825,05	\$ 100.078.432,90	\$ 127.037.856,50
IMPUESTO		\$ 11.517.573,76	\$ 15.011.764,93	\$ 19.055.678,48
UTILIDAD DESPUES DE IMP		\$ 65.266.251,29	\$ 85.066.667,96	\$ 107.982.178,03
INTERESES		\$ 13.750.000,00	\$ 10.973.624,43	\$ 6.670.242,30
CUOTA		\$ 45.115.093,39	\$ 45.115.093,39	\$ 45.115.093,39
DEPRECIACION		-	-	-
INVERSION INICIAL	-\$ 60.000.000,00			
FLUJO DE CAJA	-\$ 60.000.000,00	\$ 33.901.157,90	\$ 50.925.199,01	\$ 69.537.326,94

VAN	\$ 15.538.948,63	Conviene la ejecucion por que el VAN es positivo.
TIR	57%	Conviene la ejecucion por la TIR es mayor a la tasa de costo del 40%

# Escenarios Posibles

		Realista	Optimista	Pesimista
<b>INVERSION INICIAL</b>		-\$ 60.000.000,00	-\$ 60.000.000,00	-\$ 60.000.000,00
Flujo 1	2025	\$ 33.901.157,90	\$ 47.898.595,60	\$ 19.903.720,21
Flujo 2	2026	\$ 50.925.199,01	\$ 67.043.128,28	\$ 34.807.269,74
Flujo 3	2027	\$ 69.537.326,94	\$ 87.775.747,79	\$ 51.298.906,09
Total		\$ 154.363.683,85	\$ 202.717.471,67	\$ 106.009.896,04
VAN		\$ 15.538.948,63	\$ 40.407.206,54	-\$ 9.329.309,28
TIR		57%	84%	29%

El análisis de los tres escenarios muestra que en el escenario realista, con un VAN de \$15,538,948.63, un TIR de 57% y un ROI de 157.27%, la inversión es rentable y aceptable. En el escenario optimista, el VAN de \$40,407,206.54, TIR de 84% y ROI de 237.86% indican una excelente rentabilidad. En el escenario pesimista, aunque el ROI es positivo (76.68%), el VAN negativo (-\$9,329,309.28) y la TIR de 29% reflejan un riesgo significativo y menor rentabilidad, haciendo este escenario menos favorable.

# PLAN GENERAL



**Desarrollo y  
Lanzamiento de la  
Plataforma de E-  
Commerce**

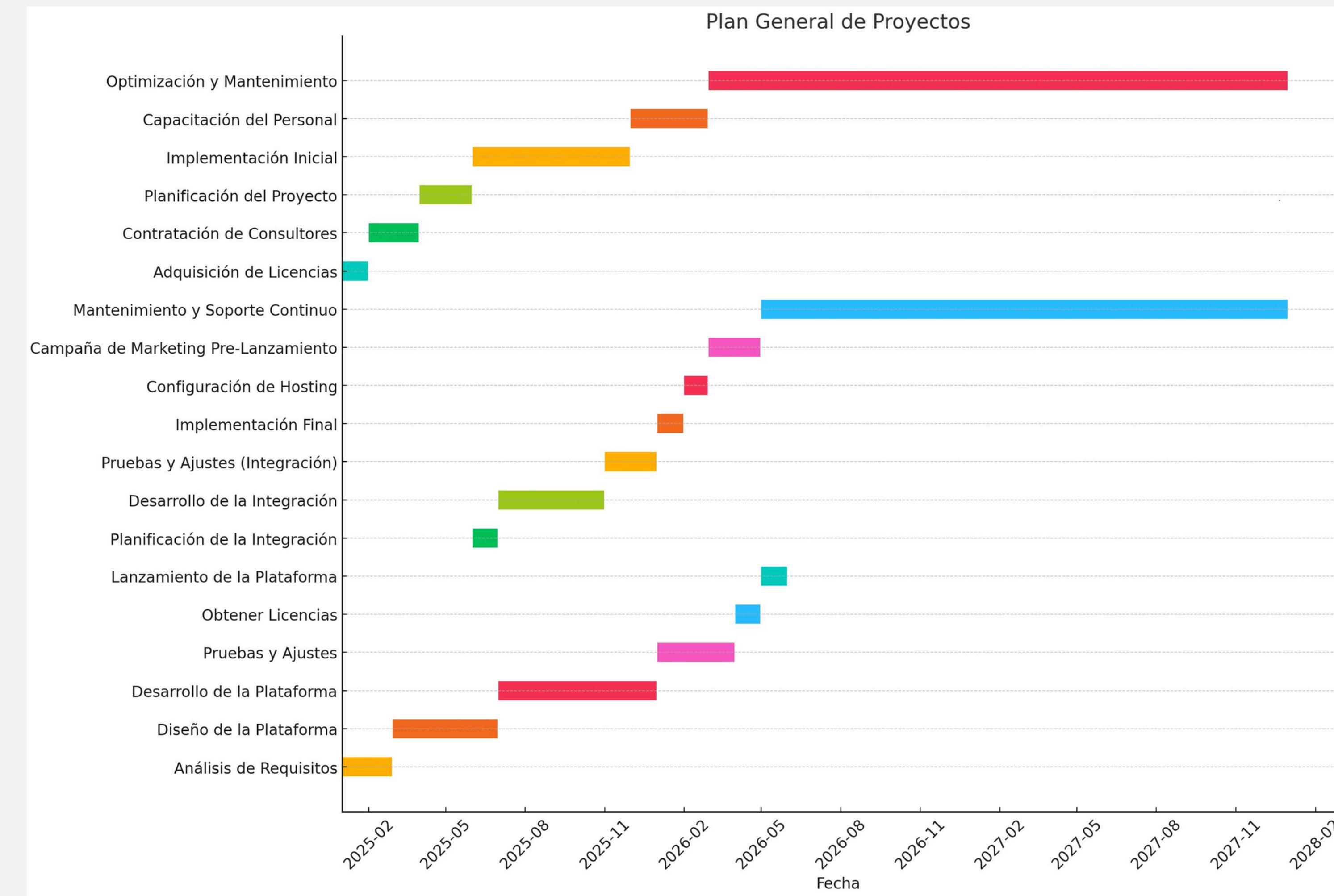
**Fase 1: Desarrollo, Diseño y Licencias**  
**Fase 2: Integración con ERP**  
**Fase 3: Hosting, Mantenimiento y Marketing**

**Fase 1: Licencias y Consultoría**  
**Fase 2: Capacitación y Mantenimiento**

**Implementación y  
Optimización del  
Sistema ERP (SAP)**

# Gantt





# ¡MUCHAS GRACIAS!