

Creación de un Canal E-commerce para Grupo Buglione SA

Peleteiro, Claudio Franco
Maestría en Administración de Empresas (MBA)
franco.peleteiro73@gmail.com

UNIVERSIDAD
SIGLO 21
OPEN LAB 2025

Tema-Pregunta

¿Es posible que una Pyme con estructura de venta tradicional incremente su facturación mediante la implementación de herramientas y plataformas de e-commerce?

Objetivo

Implementar un nuevo sistema de ventas e-commerce en Grupo Buglione SA durante la temporada 2023 / 2024

Método

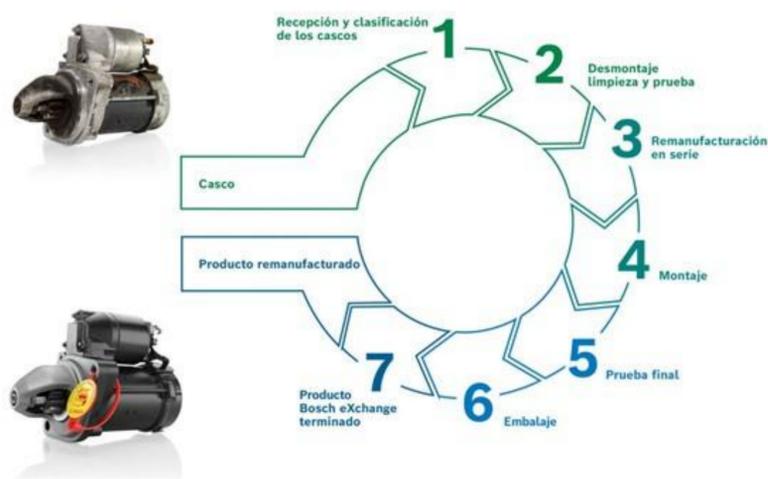
Exploratorio (entrevistas a referentes) y Descriptivo (encuestas a 100 talleres). Fuente secundaria (parque automotor para identificar las ciudades más importantes).

Marco teórico

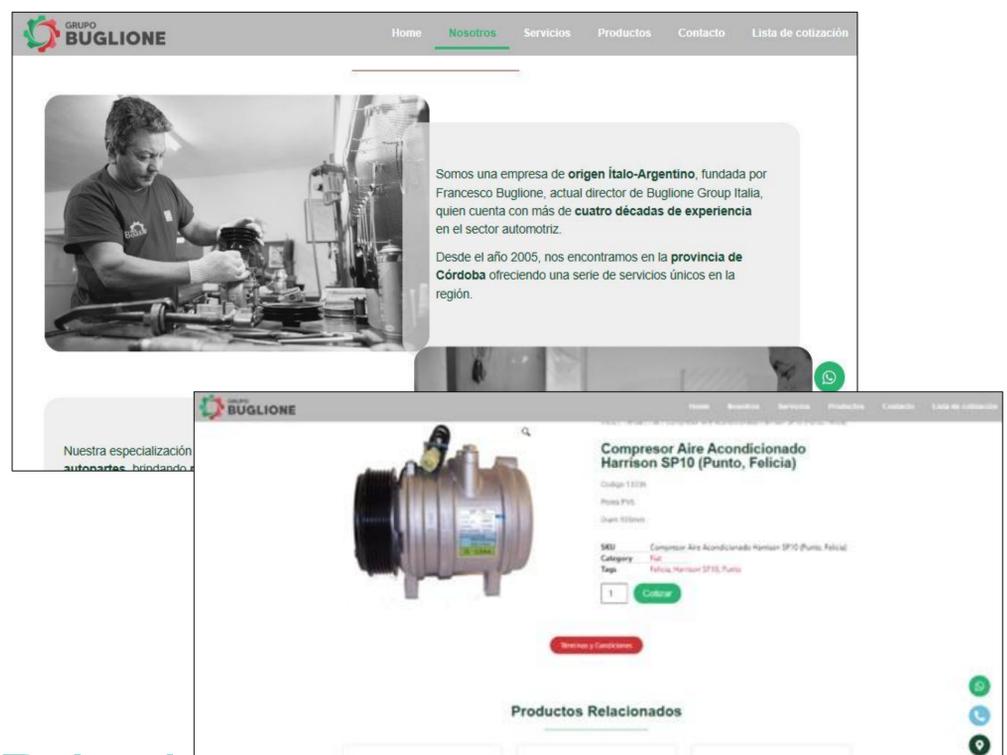
Dos ejes temáticos: el proceso de Remanufactura y la potencialidad de canal de venta e-commerce

Discusión

Grupo Buglione SA fabrica y comercializa compresores de aire acondicionado remanufacturados vehiculares y enfrenta dificultades de expansión comercial debido a un estancamiento en sus ventas. El mercado ha evolucionado hacia el uso de plataformas digitales utilizándolas como medio de llegada al cliente, algo en lo que Grupo Buglione no ha incursionado. Los principales pilares de este proyecto se basan en la fortaleza de dos conceptos claves: la remanufactura y el e-commerce. La remanufactura es un proceso que amplía la vida útil de productos defectuosos, recuperando su calidad original mediante un proceso industrializado que reutiliza la mayoría de los materiales sin perder prestaciones.



El comercio electrónico, se define como cualquier actividad comercial a través de Internet. Este medio de comunicación ha cambiado la forma de interactuar, consolidándose como un cambio de paradigma. Convencer a las empresas de la importancia del e-commerce es crucial, ya que Internet y las redes sociales son canales de difusión potentes que trascienden fronteras y están al alcance de la mayoría de la población.



Principales resultados

La prueba piloto, realizada entre enero y febrero de 2024, utilizó una campaña de Google Ads y una página de ventas (landing page y catálogo de producto), generando 152,000 impresiones, 4,640 clics y 21 ventas. El 90% de las búsquedas se realizaron en dispositivos móviles, principalmente en los primeros días de cada semana. Estos datos destacan la importancia de optimizar el diseño de la herramienta y asignar el presupuesto de la campaña según los días y horas de mayor tráfico.

