

# Estudio de Buenas Prácticas

## PCEX Automotive

 Marzo 2024

# Estudio de Buenas Prácticas

---

El estudio de buenas prácticas tiene como objetivo mostrar la transformación de una pyme que pasó de operar localmente y contar con una web muy sencilla a convertirse en 12 años en una empresa líder en su sector trabajando aproximadamente en 40 países en 4 continentes. Según nos explicaban, todo ello ha sido posible gracias a su proceso de digitalización.

Este estudio se enfoca en PCEX Automotive, una empresa con sede en Alicante que se dedica a la venta y distribución de piezas de recambio de automóviles. Esta empresa ha sido galardonada con el Premio a la transformación digital en 2022, y en 2023, fue premiada por su desarrollo internacional. Ambos premios fueron otorgados por la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME).

En respuesta a las inquietudes manifestadas por diversas pymes de diferentes sectores, interesadas en cómo digitalizar las distintas áreas de una empresa, y cómo expandirse internacionalmente, este estudio profundiza en cómo PCEX Automotive ha conseguido agilizar y optimizar sus procesos y alcanzar un gran crecimiento a través del uso de herramientas tecnológicas, partiendo desde cero.



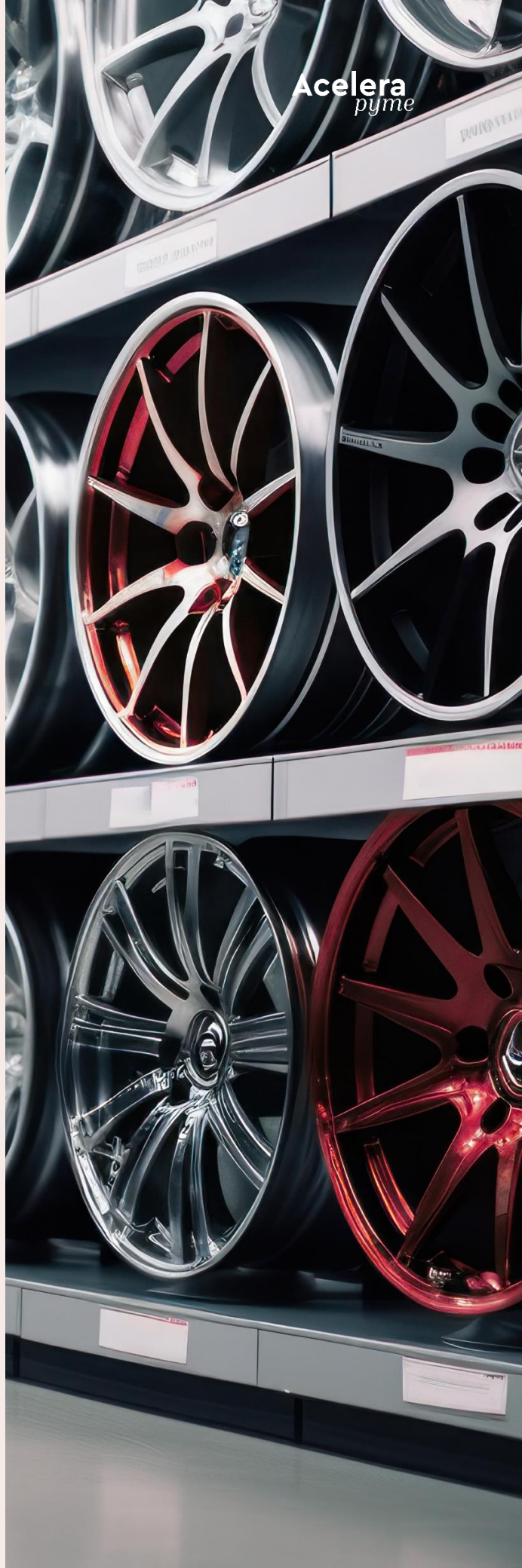
01

## PCEX Automotive

Distribución y venta de  
piezas de automoción



- Dirección web**  
[www.pcexautomotive.com](http://www.pcexautomotive.com)
- Localización**  
Calle Guillermo Stewart  
Howie 57-63  
Alicante, 03006  
Comunidad Valenciana
- Número de empleados**  
35-40 empleados
- Tipo de sociedad**  
Sociedad limitada unipersonal
- Sector**  
Automoción





## 02. —

# Desafíos iniciales

PCEX Automotive surgió en 2012, como una pequeña empresa de venta de piezas de automoción operando con recursos limitados, y **centrada en el trato directo con los clientes**. Al principio, utilizaban sistemas de gestión muy básicos y tenían una página web muy simple, donde explicaban brevemente a lo que se dedicaban. Sin embargo, rápidamente se dieron cuenta de que, para expandirse, necesitaban **cambiar su enfoque**, ya que, de lo contrario, su alcance sería limitado.

Ellos tenían el foco en poder **entrar** en mercados con **altas barreras de entrada**. Para ello, dedicaron tiempo a investigar cómo podrían ingresar en dichos mercados y qué **herramientas tecnológicas** podrían ayudarles a **optimizar sus procesos** para hacerlo posible. De esta manera, fueron integrando algunas herramientas y adaptando su comportamiento y aprendizaje al crecimiento de la empresa. La incorporación de estas tecnologías les permitió crecer rápidamente, lo que llevó a la creación de **nuevos departamentos como el de IT**, facilitando aún más su expansión.



*“La empresa es un ente vivo que va evolucionando con el tiempo y tenemos que saber adaptar nuestro comportamiento y aprendizaje [...]. Hemos sido capaces de incorporar toda la tecnología posible a la evolución y necesidades de la empresa”.*

03. ———

## Digitalizarse en torno a un sistema ERP

Tras evaluar las alternativas disponibles en el mercado y realizar una investigación para determinar qué tipo de herramienta se ajustaba mejor a sus necesidades, llegaron a la conclusión que su proceso de digitalización tenía que girar en torno a un sistema ERP.

Con el objetivo de ser ágiles y dinámicos decidieron integrar un ERP especializado en **el sector de la automoción y el comercio internacional**. Por otro lado, desarrollaron herramientas, que no existían en el mercado y las necesitaban para su funcionamiento por el alto volumen de referencias de productos que tenían (más de 20 millones). Estas **herramientas fueron integradas en el ERP**, lo que les ha permitido una mayor coordinación entre las distintas áreas de la empresa y una mejora en sus operaciones, lo que repercute **positivamente en sus clientes**.

### Otro ejemplo

**Inquiba**, una pyme en Badajoz que fabrica productos de limpieza e higiene personal optó por **implementar SAP S/4HANA**, un sistema ERP, alojado en **una nube privada**. Esto les permite delegar su mantenimiento y soporte. Desde su integración han experimentado **mejoras en la eficiencia operativa**. Los procesos se integran de manera más fluida y controlada, lo que ha permitido **reducir errores y optimizar el tiempo**. Esta integración no fue sencilla y requirió de tiempo y una planificación detallada.

 **inquiba**®



## 04. ———

# Crecer internacionalmente gracias a la digitalización

La mayor parte de la facturación que genera PCEX Automotive proviene de ventas en países extranjeros. Para lograr este alcance internacional y mantener una presencia logística en tres continentes han necesitado hacer uso de diferentes herramientas digitales.

PCEX Automotive, se marca el objetivo de **conectar la oferta y la demanda** de recambios de **piezas de automoción a nivel mundial**. Eso requiere un alto nivel de digitalización. Actualmente, la empresa emplea diferentes herramientas para automatizar esta conexión. Sin embargo, el **análisis de datos representa una gran complejidad** debido a la gran cantidad de información proveniente de diferentes fuentes. Para ello, están integrando **herramientas de Big Data** que les ayudan en este análisis. Con el objetivo de seguir creciendo PCEX Automotive quiere continuar **incorporando nuevas tecnologías** a sus operaciones.

## Otro ejemplo

Miguel España e Hijos es una pyme que se dedica al sector cárnico. Al igual que PCEX Automotive nació como una pequeña empresa. Con una **visión de expansión internacional**, establecieron una **tienda online** para comercializar sus productos, lo que les permitió **ampliar su alcance global**. Para el año 2020, ya estaban exportando a **70 países diferentes**, consolidándose como referentes mundiales en el sector. Este crecimiento ha exigido una **coordinación logística eficiente** que hubiera sido **imposible sin el uso de herramientas tecnológicas**.



05. —

## Estrategias de marketing digital en un entorno mayorista

En un negocio mayorista como el de PCEX Automotive, donde las relaciones personales son clave, la **combinación de estrategias de marketing tradicionales y digitales es fundamental.**

El departamento de marketing comienza evaluando los mercados potenciales y, luego, optimizan su presencia en línea, **asegurándose de tener una sólida presencia en su página web y en los perfiles de LinkedIn** para mostrar claramente sus productos y servicios.

Esta estrategia digital tiene un **gran impacto en sus ventas.** Además, participan en **ferias digitales** que recrean un espacio similar al de una feria física, donde PCEX Automotive puede **mostrar virtualmente sus productos e interactuar con los visitantes.** Esta táctica resulta efectiva para promover sus productos y aumentar su visibilidad.

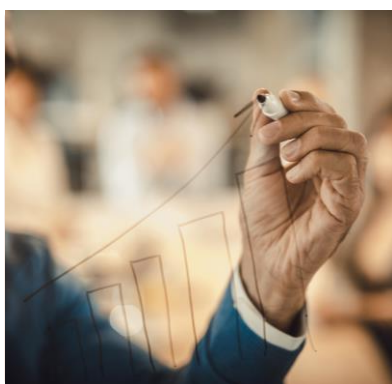


*“Una vez que el primer contacto y las primeras condiciones con el comprador son establecidas y negociadas, entonces sí podemos meter al cliente en ese círculo digital que tiene la empresa [...]. Es importante tener un sitio web cuidado que explique lo que hacemos porque va a ser lo primero que va a ver una persona cuando la contactemos.”*

## 06. ———

# Beneficios obtenidos

La implementación de herramientas tecnológicas ha generado un impacto positivo en PCEX Automotive, proporcionándoles **tres grandes beneficios**:



### 01.

Desde 2019 están **duplicando las cifras de facturación** año a año. En el último ejercicio van a cerrar en torno a los **43 millones de euros** que, en sus palabras, no hubiese sido posible sin este desarrollo tecnológico.



### 02.

Gracias a las herramientas de **Big Data** pueden realizar un mayor análisis de datos, comprendiendo **cómo se comportan los clientes** en los diferentes países y así identificar posibles oportunidades de mercado.



### 03.

La integración de todas las áreas **en un ERP** ha mejorado la **coordinación interna** y optimizado el tiempo, lo que les permite centrarse en otras tareas como es la mejora en la **relación con el cliente**.



07. ———

## Lecciones aprendidas y recomendaciones

PCEX Automotive comenzó su proceso hacia la **digitalización** hace varios años y continúa **avanzando en él hasta el día de hoy**. Basándose en su experiencia, estos son los **principales consejos** que darían a una pyme que quiera **comenzar este camino** y no sepa cómo empezarlo:

- Solicitar **asesoramiento a expertos** en diferentes áreas es fundamental al iniciar un proceso de digitalización. Al principio es común no saber de muchos temas, por ello es importante **confiar en quienes tienen experiencia en el sector**.
- **Observar y aprender** de otras personas o **pymes** que ya han pasado por el proceso que quieres realizar es muy importante. Es positivo poder ver ejemplos y **sentirte reflejado** sabiendo que tú también puedes realizar **este camino**.
- La **perseverancia es clave** al realizar un proceso de digitalización. Es normal **enfrentarse a dudas y desafíos**, pero es importante mantenerse enfocado en los objetivos finales. El proceso puede implicar mucha prueba y error, pero es fundamental tener claridad sobre tus metas.

Este estudio de buenas prácticas destaca cómo la utilización de herramientas tecnológicas puede convertir a una pyme en un referente en su sector.



**Acelera**  
*pyme*