



Universidad de
SanAndrés

Universidad de San Andrés
EMBA 2020-2021

PINTURA EXPRESS

Autor: María Florencia Rassori
DNI: 35.189.882

Mentor: Uriel Gutman

Lugar y fecha: Buenos aires, Julio 2022.

| | |
|--|-----------|
| RESUMEN EJECUTIVO | 4 |
| AGRADECIMIENTOS..... | 5 |
| NECESIDAD Y/O PROBLEMA..... | 6 |
| OPORTUNIDAD DEL NEGOCIO | 8 |
| EL CLIENTE | 9 |
| ARQUETIPO DE CLIENTE: COSTUMER PROFILE..... | 9 |
| VALUE PROPOSITION CANVAS | 12 |
| PAINS (DOLORES) | 12 |
| GAINS (GANANCIA DE VALOR) | 13 |
| GAINS CREATOR (CREACIÓN DE VALOR) | 13 |
| PAIN RELIEVERS (ALIVIADORES DE DOLOR)..... | 14 |
| DIFERENCIACIÓN Y VENTAJA COMPETITIVA | 15 |
| MODELO DE NEGOCIOS: BUSINESS CANVAS MODEL | 16 |
| SOCIOS CLAVE | 16 |
| ACTIVIDADES CLAVE | 16 |
| RECURSOS CLAVE | 16 |
| PROPUESTA DE VALOR PARA EL CLIENTE..... | 17 |
| PROPUESTA DE VALOR PARA EL FRANQUICIADO..... | 18 |
| SEGMENTACIÓN DEL FRANQUICIADO..... | 19 |
| P&L DEL FRANQUICIADO | 20 |
| RELACIÓN CON EL CLIENTE | 20 |
| CANALES DE COMUNICACIÓN | 20 |
| FLUJO DE INGRESOS | 20 |
| ESTRUCTURA DE COSTOS | 21 |
| FUNCIONALIDADES..... | 22 |
| EL TAMAÑO DE LA OPORTUNIDAD, LA COMPETENCIA, EL CONTEXTO Y LA INDUSTRIA | 23 |
| TAMAÑO DE LA OPORTUNIDAD | 23 |
| CONTEXTO E INDUSTRIA..... | 24 |
| COMPETENCIA..... | 24 |
| ANÁLISIS FODA..... | 25 |
| ANÁLISIS PESTEL..... | 26 |
| POLÍTICO | 26 |
| ECONÓMICO | 26 |
| SOCIAL..... | 27 |
| TECNOLÓGICO..... | 28 |
| ECOLÓGICO..... | 28 |
| 5 FUERZAS DE PORTER | 29 |
| PODER DE NEGOCIACIÓN CON EL CLIENTE | 29 |
| PODER DE NEGOCIACIÓN DEL PROVEEDOR..... | 29 |
| AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES. | 29 |

| | |
|--|-----------|
| AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS | 30 |
| RIVALIDAD DE COMPETIDORES EXISTENTES | 30 |
| PLAN DE MARKETING..... | 31 |
| PLAN DE MEDIOS Y PROMOCIÓN | 31 |
| POSICIONAMIENTO Y RECONOCIMIENTO DE MARCA | 31 |
| CAMPAÑA DE CAPACITACIÓN Y CO-BRANDING..... | 32 |
| PRICING..... | 33 |
| RECURSOS, PROCESOS Y PLAN OPERATIVO DEL NEGOCIO | 34 |
| ACTIVIDADES CLAVE | 34 |
| RECURSOS CLAVE | 34 |
| PROCESOS | 34 |
| INDICADORES | 36 |
| LOCALIZACIÓN | 36 |
| CALIDAD | 37 |
| PLAN DE IMPLEMENTACIÓN | 38 |
| EL EQUIPO EMPRENDEDOR..... | 39 |
| RESULTADOS ECONÓMICOS – FINANCIEROS Y REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN | 40 |
| CONTEXTO MACRO | 40 |
| MODELO DE GENERACIÓN DE BENEFICIOS | 44 |
| ESTADO DE RESULTADOS | 46 |
| RESULTADOS OPERATIVOS | 49 |
| PROYECCIÓN FINANCIERA | 51 |
| MEDIDAS DE RENTABILIDAD | 52 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 55 |
| ANEXOS | 56 |
| ANEXO 1: PANTALLAS APP MOBILE..... | 56 |
| ANEXO 2. PAGINA WEB..... | 58 |
| ANEXO 3. DETALLE DE INGRESOS Y GASTOS | 59 |
| ANEXO 4. CUANTITATIVO | 60 |
| <i>Estimacion de demanda y distrbucion de probabilidades</i> | <i>60</i> |
| <i>Estmacion de ventas por canales de comercializacion</i> | <i>60</i> |
| <i>Amortizaciones de Bien de uso (Proyecto).</i> | <i>61</i> |
| <i>Indicadores de Rentabilidad (NPV – IRR – Payback Ratio)</i> | <i>61</i> |
| ANEXO 5: RESULTADOS ENCUESTAS | 63 |

Resumen Ejecutivo

Pintura Express es un emprendimiento en desarrollo desde 2019 nace como respuesta a la necesidad de facilitarle al usuario el servicio de pintura de interiores tanto residencial como comercial/empresarial.

En el contexto actual, es una actividad de características informales. Desde la contratación, hasta el desarrollo de la actividad se encuentra viciada de informalidades que generan mal estar en el usuario.

A cualquier persona que decidió encarar un trabajo de pintura en su hogar, se encontró con prestadores de servicios cuentapropistas que no garantizan la calidad del trabajo, hay una comunicación deficiente entre el prestador de servicio y el cliente ya que no se presenta un presupuesto formal con la cantidad de materiales y metros cuadrados por los cuales se contrata el trabajo, se hacen presupuestos estimados por lo que no está claro el alcance del mismo, llevando esto a complicaciones entre las partes.

Es por esto que Pintura Express se desarrolla en base a tres premisas; Digitalización, Calidad y Seguridad. Teniendo la experiencia del usuario como eje transversal a las tres premisas.

El equipo emprendedor está conformado por tres profesionales de amplia experiencia en la industria de la arquitectura y la construcción. Quienes trabajan en este proyecto día a día pudiendo identificar con claridad las necesidades del cliente y desarrollar las soluciones para brindar un servicio de excelencia.

La TIR del proyecto se calcula que asciende al 33% y el valor del negocio es de 84.880 millones de dólares.

Agradecimientos

A mi familia por la contención y el afecto.

A la Universidad de San Andrés y al cuerpo docente por el profesionalismo, la dedicación y los valores educativos recibidos.

A mi tutor Uriel Gutman por el acompañamiento, la buena predisposición y el soporte para poder cumplir los objetivos planteados durante este proceso.

A mis compañeros por la camarería y el espíritu solidario brindado a pesar de haber cursado en plena pandemia.



Universidad de
SanAndrés

Necesidad y/o problema

La necesidad surge a partir de la problemática detectada sobre el mercado. El servicio de pintura residencial/comercial es informal. No hay una marca representativa del sector, son las empresas que venden la pintura los que lideran el segmento de ventas y compiten por el posicionamiento de sus productos. Pero el servicio de los pintores se encuentra relegado, siendo la aplicación del producto un eslabón fundamental para garantizar la calidad del producto ofrecido.

Los prestadores de servicios suelen ser cuentapropistas. Tienen poca presencia en medios digitales, la interacción con el cliente es deficiente, se manejan plazos largos de respuesta, no presentan presupuestos detallados con toda la información necesaria y la mayoría son prestadores de servicio informal que no emiten facturación. Lo que hace que la demanda del mercado que necesita facturación este notablemente insatisfecha.

Por otro lado, la problemática del cliente surge a partir de la búsqueda de prestadores de servicio. Generalmente lo hacen a través de un conocido, quien les recomienda una persona de su confianza. Si no tienen a quien consultarle, lo primero que hacen es buscar en internet “pintores profesionales” y encuentran poca oferta digital garantizada. Le ofrecen trabajos sin garantía, con presupuestos informales, no cumplen con los plazos de finalización propuestos, en muchos casos son estafados ya que abonan gran parte del trabajo y el pintor los abandona sin haber terminado el trabajo.

Otra problemática de la experiencia del usuario es la inseguridad y la falta de cuidado y limpieza del lugar de trabajo. Cuando el lugar del trabajo es la vivienda del usuario es muy importante garantizarle al mismo la seguridad sobre el personal que va a ingresar a su hogar y el cuidado y la limpieza durante la ejecución y al finalizar el trabajo.

A través de una encuesta que realizamos detectamos que el 80% de los entrevistados habían tenido problemas de este tipo a la hora de contratar el servicio. Además, el 75% de los encuestados estarían dispuestos a abonar un precio mayor por un servicio diferencial por calidad y garantía, el 86% sienten inseguridad por dejar ingresar a su casa personal sin acreditación y el 88% valoran una interfaz digital para realizar el presupuesto. (Anexo 5)

Por todos los problemas mencionados, creemos que es necesario brindarles a las personas una solución integral que les permita tener mejor calidad y accesibilidad a este servicio.



Oportunidad del Negocio

En Argentina notamos que hay varios factores del entorno que hacen que este negocio sea una oportunidad. En primer lugar, la industria de la construcción; es una industria que a pesar de los vaivenes de la economía siempre se encuentra vigente porque los inmuebles son commodities de resguardo de valor. Frente a los grandes desequilibrios macroeconómicos de nuestra economía, la inversión en la construcción es una forma de resguardar valor en dólares de la inversión. Por lo que todo edificio nuevo, debe ser íntegramente pintado, requiriendo pintores para realizar dicha tarea.

Así como también el mantenimiento de hogares, oficinas y comercios requiere de trabajos de pintura cada cinco años.

Por otro lado, la amplia disponibilidad de mano de obra y la acotada calificación que se necesita para realizar la tarea, hace que cualquier persona con voluntad y buena predisposición pueda ser capacitada rápidamente para ofrecer este tipo de servicios.

Dentro del rubro de la construcción, los trabajos de pintura son aquellos que tienen alta rapidez en la ejecución y un bajo porcentaje de error. Por lo que es un segmento de rotación rápida en relación al resto de las tareas que llevan más tiempo de ejecución.

Así mismo, desde Sinteplast (1) aclaran que el 70% de un trabajo de pintura es la mano de obra, destacando esto como un aspecto negativo para su negocio como una barrera de consumo. Desde Pintura Express consideramos esta deficiencia como un potencial de oportunidad ya que, ofreciendo un servicio de pintores profesionales garantizado por las empresas que venden los productos, estos podrían ser socios estratégicos de la marca generando un flujo continuo de clientes.

Además, en Argentina y en Latinoamérica predomina la cultura de llamar al pintor para realizar estas tareas, no como en Estados Unidos que prevalece el “hágalo usted mismo”

Por todo lo anterior mencionado es que consideramos que Pintura Express, tiene un enorme potencial de crecimiento en el mercado local y a nivel regional.

(1) <https://infonegocios.info/in-semanal/los-numero-1-en-pinturas>

El cliente

El siguiente análisis se realizó en base a la trayectoria de Pintura Express y las encuestas realizadas (*Anexo 5*). Podemos encontrar tres segmentos de clientes.

- Hogar: Adultos mayores de 30 años.
- Empresas y locales comerciales.
- Arquitectos y Profesionales de la construcción.

Arquetipo de Cliente: Costumer Profile

Juan 30 - 40 Años Clase media Alta

Juan es un profesional que trabaja en relación de dependencia. Tiene pareja pero vive solo en su departamento. Le interesa la política y los deportes. No conoce nada de arquitectura, ni de reparaciones del hogar. Si necesita contratar un servicio, primero le consulta a algún amigo o familiar si le recomiendan a alguien. Si no, busca en internet. Utiliza google search, google maps, mercado libre, mira los comentarios, elige a los mejores puntuados y pide presupuestos. No le gusta perder tiempo con las visitas, le molesta que se demore en entregar el presupuesto.

Le interesa la tecnología y todo lo que tenga que ver con simplificar tareas. Está dispuesto a bajarse aplicaciones que lo ayuden a resolver temas. Le interesa la financiación para poder pagar en cuotas.

Cristina 56 años - Madre de familia clase media alta

Cristina tiene 57 años, vive con su familia en una casa en un barrio cerrado. Le interesa la arquitectura y la decoración. Mira la revista Living, le importa la tendencia y la moda. Le gusta que su casa esté impecable. A la hora de contratar un prestador de servicios, le pide recomendación por whatsapp a los vecinos del barrio. Entre ellos se recomiendan contratistas, sino le consulta a algún amigo o familiar. Si no consigue, busca en internet. Utiliza google y Mercado libre.

Le importa mucho la seguridad de su casa y su familia. No contrataría a nadie que no esté acreditado. Le importa mucho la calidad del trabajo y que sean ordenados. Le importan mucho los detalles. No quiere inconvenientes. Valora que tengan seguro contra accidentes personales así como también garantía de los trabajos.

Sebastián 35 años. Inquilino clase media.

Sebastián tiene 35 años. alquila un departamento de 2 ambientes en el barrio de Villa Crespo. Trabaja en relación de dependencia. Le interesan los deportes, no sabe nada de construcción ni de decoración. Necesita pintar su departamento, porque es requerimiento de la inmobiliaria que luego de vencido el contrato, debe entregar el departamento pintado. Por lo que, ante la obligación de la inmobiliaria Sebastián busca presupuestos por una “lavada de cara”. No le interesan las reparaciones de la pared, ni la calidad de la pintura. Solo le interesa pagar poco. Le interesa la financiación. Para contratar el servicio, le pide recomendación al portero del edificio o a algún amigo. Consulta por pintores baratos o alguien que quiera hacer una “changa”. No le importa la formalidad. Lo único que le interesa es el precio. Si pudiera evitar el gasto, lo haría.

Arquitectos

Andrea tiene 52 años, es arquitecta, realiza reformas de interiorismo para locales comerciales. No cuenta con personal propio. Busca pintores para tercerizar el trabajo de pintura. Necesita que le hagan un presupuesto formal en pdf con todos las tareas y materiales detallados. Le importa que se cumpla con la calidad y con el plazo del trabajo acordado. Si las tareas se atrasan puede tener problemas con el cliente, esto le genera una gran preocupación. Para realizar el presupuesto, solicita una visita a la obra para aclarar el alcance del mismo.

No le interesa la facturación, tampoco la financiación. Cuenta con el capital para realizar el trabajo. A la hora de realizar la contratación pide descuento del 10% 15%.

Le preocupa la seguridad en la obra, no quiere traer gente sin recomendación. Generalmente hay robos de materiales, herramientas, elementos personales.

La buena presencia, limpieza y prolijidad son un adicional que valora mucho.

Empresas

Silvana es secretaria administrativa de una empresa de medios. Tiene 48 años y su jefe le encarga conseguir presupuestos para pintar la oficina. Hace muchos años que no se hace nada y necesita mantenimiento. En su empresa no tienen equipo de mantenimiento, por lo que tienen que tercerizar el servicio. Para esto necesita conseguir al menos tres presupuestos para comparar y elegir el más económico. Si no consigue los tres, no le aprueban la orden de compra. Necesita que le envíen un presupuesto formal en pdf con toda la información. Además, necesita que le hagan una factura, si es A mejor para descontar el IVA. No tiene problemas de financiación. A la hora de cerrar el acuerdo pide un descuento. Para realizar el presupuesto, solicita una visita a la oficina para tomar las medidas.

Le importa mucho el cumplimiento del plazo, ya que no quiere tener problemas con su jefe. Valora la buena presencia y la prolijidad.

Administradores de consorcios

Lidia tiene 65 años, es administradora de consorcios de varios edificios en zona Recoleta / Palermo. Es abogada y vive en un edificio que administra. Le preocupa mucho los reclamos de los propietarios, a ella le interesa no quedar mal con la gente. Quiere que los trabajos realizados sean de calidad para no tener que rehacerlo. Le interesa contar con gente profesional para tercerizar las tareas. Necesita que le facturen. Cree que en el barrio de Recoleta hay mucha necesidad de equipos de mantenimiento confiables ya que la mayoría de los edificios tienen al menos 50 años. La financiación le puede interesar para las reparaciones mayores. Necesita que tengan seguro contra accidentes personales.

Le interesa que los pintores sean prolijos, cuidadosos de la limpieza, que no ensucien todos los pasillos del edificio cuando entran y salen. No quiere tener conflictos con los vecinos del edificio. Le interesa que cumplan con el plazo previsto.

Value Proposition Canvas

PAINS (Dolores)

- No consigue presupuestos formales.
- Le gustaría tener un presupuesto rápido.
- Tuvo malas experiencias con trabajos mal ejecutados y de mala calidad.
- Los pintores son personas desconocidas. No tiene seguridad sobre quien está dejando entrar a su casa.
- Detecta falta de compromiso y ausencias injustificadas.
- No tienen elementos de seguridad ni ropa apropiada para realizar las tareas.
- Trabajadores informales que no facturan el trabajo.
- Diferencias a la hora de pagar.
- Robos en la propiedad.
- No cuidan los detalles de terminación.
- Falta de limpieza.
- No tiene garantía de que el trabajo va a quedar bien. Si queda mal nadie se hace cargo.
- No cumplen con los plazos de finalización.

GAINS (Ganancia de Valor)

- Le importa que cuiden los detalles
- Le importa que sea alguien recomendado o verificado por la seguridad.
- Le importa que hagan bien el trabajo, que cumplan con la calidad
- Le gusta que el trato sea amable y cordial.
- Le hace feliz que cumpla con los plazos acordados.
- Valoran que cuenten con seguro de accidentes personales
- Le gustaría cotizar online.
- Le gustaría tener la opción de financiar el servicio.
- Piensa que la limpieza y la prolijidad son muy importantes.
- No le importa que lo hagan rápido, pero si que cumplan con la calidad del trabajo.
- Le importa el precio, pero esta dispuesto a pagar un diferencial por alguien que le garantice estos atributos.

GAINS CREATOR (Creación de valor)

- Ayudamos a que el cliente logre el resultado que desea.
- Ahorro de tiempo, esfuerzo y dinero.
- Mejora la calidad de vida del cliente.
- Servicio de pintura superador a la oferta del mercado.
- Minimizar los riesgos del trabajo.
- Mejora la accesibilidad al servicio.

- Garantía de calidad y seguridad.

PAIN RELIEVERS (Aliviadores de dolor)

- Control de calidad.
- Personal uniformado con logos de la marca.
- Cotizador online.
- Capacitación del personal sobre el trato al cliente.
- Prestadores de servicio con seguro de accidentes personales.
- Seguridad: Credenciales de identificación enviadas al cliente antes de comenzar las tareas y código de entrada.
- Presupuestos formales en PDF con toda la información.
- Certificación de calidad.



Universidad de
SanAndrés

Diferenciación y ventaja competitiva

Pintura Express ofrece un servicio de alta calidad, que está a la altura de la demanda de los clientes. Con personal capacitado y calificado, con seguro de accidentes personales, ropa de trabajo adecuada y garantía sobre los trabajos realizados.

Además, como diferenciador, cuenta con el soporte digital. Una página web en donde el cliente puede realizar un presupuesto online y una app Mobile con funciones que mejoran la experiencia del usuario a la hora de contratar el servicio.

La aplicación además de asesorar a los clientes sobre distintas técnicas y materiales de pintura, ofrece un cotizador online, un visualizador en tiempo real de la paleta de colores disponibles para su ambiente y una herramienta de medición para poder computar los m² y acceder de manera más fácil al presupuesto online.

Además, la aplicación ofrece un soporte de gestión donde informa el presupuesto, pagos y saldos pendientes.

Contiene una sección de seguridad donde informa quienes son los pintores que van a realizar la tarea, con sus datos personales y póliza de seguros de accidentes personales.

Por otro lado, informa un código de entrada mediante QR que será escaneado al inicio de las tareas. Notificando tanto al cliente como a Pintura Express que se han comenzado los trabajos en el domicilio con determinado pintor.

Modelo de Negocios: Business Canvas Model

Pintura Express esta desarrollado un modelo de negocios en base a dos unidades de negocios. El primero es con clientes de cartera propia. Es decir, aquellos clientes cuya obra es ejecutada por pintores contratados de Pintura Express y que van a generar los ingresos necesarios para solventar los costos directos e indirectos de PE en la etapa de desarrollo y maduración del proyecto. Por otro lado, como modelo de crecimiento se propone una unidad de negocios tipo franquicia, en donde los pintores son franquiciados de PE y ejecutan por su cuenta los trabajos que PE le asigna de acuerdo a su zona y al volumen en m2 de la obra. Siendo los m2 definidos por el volumen de la demanda identificada y la exclusividad por zona para reducir costos de traslado, sumando sinergias.

Socios Clave

Hay tres socios claves para este modelo de negocios; los fabricantes y distribuidores de pintura para acceder a productos de buena calidad al mejor precio; Los proveedores de insumos materiales adicionales (escaleras, pinceles, rodillos, etc.) y los pintores calificados / franquiciados.

Actividades Clave

Servicio de pintura residencial y empresarial, venta de productos, gestión y soporte de la red de franquiciados (cadena de distribución del servicio).

Recursos clave

Marca Pintura Express. Desarrollo de una marca avalada por las marcas de pintura, con presencia en los canales de difusión.

Pintores calificados / Franquiciados.

Pintura Express se encarga de organizar capacitaciones con las marcas de pintura para capacitar a los pintores en el uso de los productos y trato al cliente.

Proveedores de pintura e insumos. Pintura Express se encarga de conseguir acuerdos comerciales para obtener precios por debajo de los comerciales en pinturerías. De esta forma les garantizamos a los franquiciados una ventaja competitiva.

Desarrollo del sistema de gestión (CRM) que conecte los franquiciados con Pintura Express para poder hacer seguimiento de los presupuestos. Consideramos que el sistema de gestión debe contemplar:

- Planilla estandarizada de cómputo y presupuesto.
- Presupuesto formal en pdf que se envía desde la plataforma al cliente ya sea por whatsapp o por mail.
- Planilla de seguimiento de presupuestos realizados / aprobados.
- Fichas de pintores con datos personales.
- Planilla de Requerimiento de compras de materiales para cada obra.
- Ordenes de Compra de materiales con dirección de envío.
- Localización geográfica de proyectos haciendo un uso más eficiente de recursos.
- CRM: Gestión comercial, marketing y servicio de postventa o de atención al cliente se realiza a través del software de gestión a desarrollar.

Propuesta de Valor para el cliente

Herramienta digital que permite acercarle al usuario un servicio de forma simple, ágil, seguro y de alta calidad.

Creamos herramientas para facilitar el contacto a la hora de presupuestar brindando un presupuesto formal al instante. Además, incorporamos herramientas interactivas que mejoran la experiencia del usuario con el uso de la aplicación. El usuario puede visualizar un color en *real time* en sus paredes y elegir el tono que considere

conveniente para su hogar. Si tiene problemas para computar los m² que necesitan ser pintados, desarrollamos una herramienta de medición digital de los espacios.

Contamos con un Blog con recomendaciones y tips de temas relacionados con la pintura y el cuidado de los ambientes.

En la aplicación el cliente puede visualizar el alcance de su presupuesto y la gestión de los pagos.

Además, serán cargadas las fichas de los pintores con foto e identificación para saber con antelación quien va a ser la persona que va a realizar la tarea.

Propuesta de Valor para el franquiciado

Al franquiciado le ofrecemos formar parte de nuestra plataforma digital que es una red de franquiciados profesionales que venden y ejecutan sus obras a través de nuestro sistema.

Ofrecemos todo el soporte que necesita el franquiciado en marketing, capacitaciones, sistemas y comercialización para que pueda profesionalizar su negocio. A través de nuestro sistema de gestión en el cual pueden realizar los presupuestos al instante y solicitar la cantidad de materiales necesarias para las tareas.

Además, les vendemos a los franquiciados PACKS de pintura y accesorios mensuales a precios por debajo del mercado.

Ofrecemos:

- Exclusividad Territorial. Único franquiciado por zona para presupuestar.
- Atención telefónica / WhatsApp centralizada.
- Derivaciones de clientes desde la página Web.
- Sistema de ventas y presupuestos online.
- Marketing digital, gráficas y folletería.
- Manual de operación de franquicia.

- Acompañamiento personalizado para garantizar el éxito del negocio.

Costo: Fee de entrada y una comisión porcentual sobre cada presupuesto aprobado.

Segmentación del Franquiciado

El objetivo es crear un canal de venta que permita mejorar la gestión de los proyectos de baja escala, es decir, aquellos menores a 300m². Al desarrollar la red de franquiciados aumenta la escalabilidad del negocio, permitiendo reducir costos fijos y variables.

Como se puede observar en la siguiente imagen, el 68% de la demanda de presupuestos fue por segmentos de hasta 300m² durante los últimos tres años. En segundo, lugar las unidades más demandas ocupan el segmento son entre 300m² a 2000m² ocupando el 30% de la demanda.



Es por esto que la segmentación de franquiciados es en relación al tamaño de las obras y a la ubicación geográfica. Dándoles exclusividad en la zona en la que trabajan para disminuir costos de transporte. Con respecto a la asignación de obras, es PE

quien determina que obra va para cada franquiciado, evaluando la capacidad que tiene el franquiciado para tomar obras de mayor volumen.

P&L del Franquiciado

El franquiciado obtiene un beneficio del 70% sobre el neto que le factura a cliente. Se calcula un 25% del costo en Materiales y un 5% en gastos indirectos. De acuerdo a los valores presupuestados actualmente, resulta razonable para los franquiciados. Por ejemplo, en una obra promedio de 169 m², reportaría un beneficio de \$AR 188.000 para el franquiciado. En un trabajo a realizar en aproximadamente 5 días.

El canon de ingreso es de AR\$200.000, se ofrece una facilidad de pago que permite distribuir el costo en los primeros cuatro trabajos. De esta forma se distribuye el costo de la inversión inicial en un periodo de 2 meses aproximadamente. Por consiguiente, durante los primeros 4 trabajos el beneficio neto para el franquiciado es de \$168.000.

Relación con el cliente

Atención al cliente personalizada. Se busca crear lazos de confianza y seguridad.

Canales de Comunicación

Publicidad a través de redes sociales (Facebook e Instagram), publicidad mediante Google adds, publicidad en radio para instalar la marca en los segmentos objetivos.

Flujo de Ingresos

Los presupuestos se realizan en la unidad de medida m². Se aplica un valor por m² de mano de obra y un valor por m² de material. El margen ronda alrededor del 30% - 40%.

Para los Franquiciados se les cobra un Fee de ingreso con el que acceden a todo el paquete de servicios de Pintura Express. (Marketing, Capacitación, Gestión, Proveedores, etc.) Luego de cada presupuesto aprobado, se les cobra un porcentaje del 20% sobre el total del presupuesto.

Estructura de Costos

Salarios y cargas sociales, desarrollo y mantenimiento de plataformas tecnológicas, publicidad y marketing, stock de materiales.



Funcionalidades

El modelo de negocios comprende tres funcionalidades. La primera es la relación directa con el consumidor que es el ofrecimiento del servicio a través de medios digitales garantizando seguridad y calidad con el respaldo de una marca fuerte y posicionada.

La segunda función viene de la relación entre Pintura Express y el franquiciado. En donde PE le vende el paquete de servicios (Marketing, Capacitación, Gestión, Proveedores, etc.) y además genera ingresos por cada trabajo realizado del franquiciado.

La tercera función es una estrategia de mejora de costos para ofrecerles a los franquiciados *packs* de pintura que incluyen la cantidad de material necesario para un mes de trabajo a un precio por debajo del precio de venta de las pinturerías comerciales.

PE tiene la posibilidad de acuerdo al volumen de materiales requeridos de realizar acuerdos comerciales con los distribuidores de pintura para obtener mejores costos de los insumos. Este canal de comercialización es un objetivo de mediano plazo en el plan de negocios.

El Tamaño de la oportunidad, la competencia, el contexto y la industria

Tamaño de la oportunidad

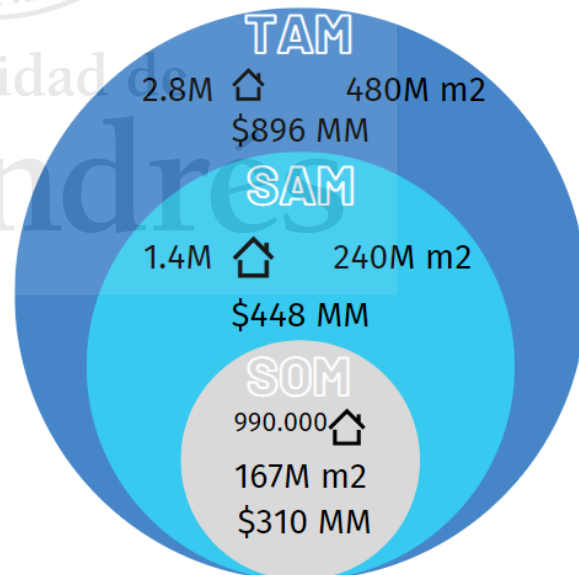
En la Ciudad de Buenos Aires se construyeron en el periodo 2011-2021 a razón de 912.000 m² nuevos promedio anual (2). Esto representa en pintura alrededor de 2.300.000 m² de superficies para pintar. Lo que representa un ingreso para el sector de \$USD 2.300,000 de ingresos solo por la mano de obra.

En relación a las tareas de mantenimiento de viviendas, comercios y oficinas se estima que se realizan cada 5 años. En el AMBA hay 4.5 millones de hogares, si nos enfocamos en el segmento target ABC 1 + C2 que representan un 22% de la población y estimamos un promedio de 169 m² por hogar a un costo de \$1855 el m² obtenemos un SOM del AR\$ 310 MM.

Tamaño del Mercado

AMBA

4,5 millones de hogares
 1 vez cada 5 años
 22% ABC1 + C2
 169m² de paredes por hogar
 \$1855/m²
 SAM: 75%
 Marketshare: 5%



(2) Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA). Encuesta de Seguimiento de Obra de la Ciudad de Buenos Aires. <https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/?p=27226>

Contexto e industria

La industria de la construcción funciona como motor de la economía del país generando el efecto de derrame por lo que es un sector que tiende a ser impulsado por los gobiernos mediante la obra pública.

Por otro lado, para el sector privado la construcción es resguardo de valor de capital. Con una macroeconomía desajustada y los m2 dolarizados, el sector privado tiende a volcar sus capitales en activos tangibles que no perderán su valor a largo plazo.

A nivel global y regional la pandemia hizo que las personas pasen mas tiempo dentro de su casa y entiendan que habitar un espacio en buenas condiciones mejora su calidad de vida y su estado de ánimo. Es por esto, que hubo un crecimiento de las ventas de pintura en los últimos dos años. Si bien hubo mucho de “hágalo usted mismo” por las restricciones, es una tendencia que llevo para quedarse.

Competencia

La competencia se encuentra muy disgregada. No hay una marca que sea representativa del sector pintores profesionales. El servicio que brindan es el mismo, no hay una propuesta de valor diferenciada.

Pintores YA: Es una empresa de pintores profesionales cuyo canal principal de captación de clientes es la página web. Dicha empresa se encuentra a cargo de un pintor cuenta propia. El servicio que ofrece es de calidad con personal calificado. Fortalezas: Garantiza haber trabajado con empresas grandes, muestra contenido digital de los trabajos realizados. Ofrece un contacto directo por Whatsapp.

Debilidades: Poca presencia en la red social Facebook con 600 seguidores. No cuenta con inversión en marketing para potenciar su marca.

Pinto a Color: Es una empresa de pintores profesionales que ofrece su servicio por página web. Se encuentra posicionada en Google dentro de las primeras cinco. Cuenta con una sección donde muestran trabajos realizados mediante fotos.

Debilidades: En redes sociales tiene poca presencia, cuenta con 300 seguidores en Instagram con contenido de baja calidad e interés.

Análisis FODA



El análisis FODA recién descrito nos verifica que Pintura Express tiene una clara oportunidad de posicionarse en el mercado como una empresa líder en la prestación de servicios. Ofreciendo una propuesta de valor diferenciada centrada en la experiencia del consumidor.

Análisis Pestel

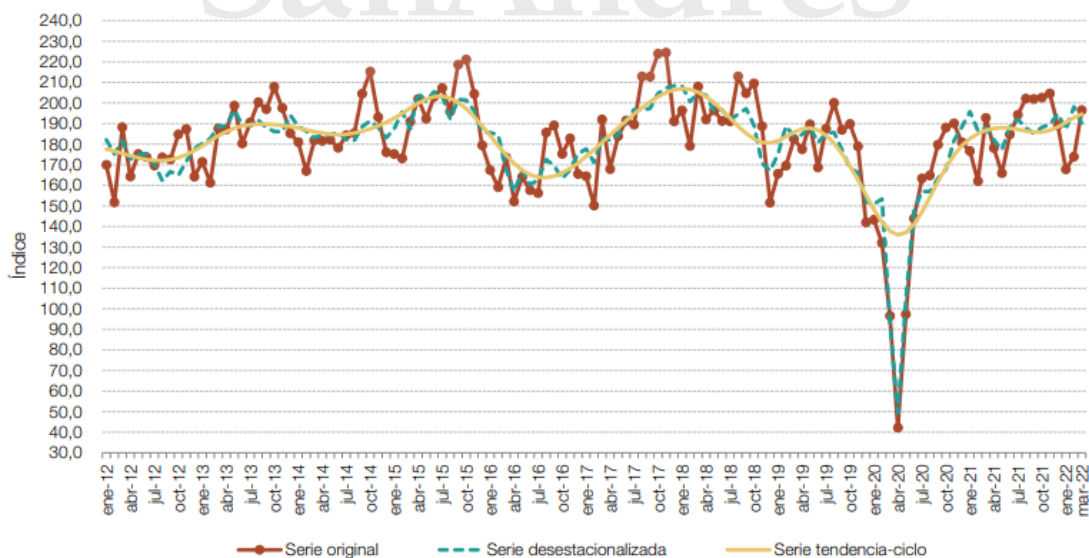
Político

El entorno político actual está dominado por la proximidad a las elecciones presidenciales del año 2023. Es por esto, que hay volatilidad en las expectativas de los agentes económicos afectando negativamente las decisiones de inversión y consumo. Sin embargo, la industria de la construcción presenta un nivel de actividad sostenido durante este año y se proyecta que se mantenga la tendencia.

Económico

En el contexto económico post pandemia la economía se encuentra frágil con altos niveles de inflación producto de la mala administración del estado. El nivel de actividad económica muestra una performance diferenciada de acuerdo al sector productivo. En la construcción, notamos en términos generales valores levemente por debajo de la media estacionaria como podemos observar en el grafico debajo. Así como también

Gráfico 1. Indicador sintético de la actividad de la construcción (ISAC). Serie original, desestacionalizada y tendencia-ciclo, base 2004=100, en números índice. Enero 2012-marzo 2022



Fuente: INDEC, Dirección Nacional de Estadísticas Económicas. Dirección de Estadísticas Mineras, Manufactureras, Energéticas y de la Construcción.

vemos una baja en la venta de pinturas para la construcción desde marzo hasta mayo del 2022, esto se da principalmente por un factor de estacionalidad que tiene el sector. Debido a que los trabajos de pintura se realizan en mayor cantidad en los periodos Agosto-Enero debido al buen clima. (3)

Social

Con respecto al panorama social, nos encontramos con altos índices de pobreza y mucha informalidad laboral. Si bien es un aspecto negativo para el crecimiento de la economía local, consideramos que es una oportunidad debido a la alta disponibilidad de mano de obra.

Es por esto que consideramos que Pintura Express puede funcionar como un formador de trabajo calificado. Nuestros equipos de trabajo van a ser capacitados en conjunto con los fabricantes de pintura para poder ofrecerle al usuario un trabajo de calidad garantizado.

Por otro lado, nos parece interesante promover equipos de mujeres en este oficio, para generar trabajo calificado y socialmente integrador.

Un aspecto fundamental del negocio es la cultura de la organización. Creemos en los valores del trabajo en equipo, en potenciar a las personas a mejorar sus capacidades y su calidad de vida. Ponemos a disposición nuestra estructura de formación y capacitación para crear oportunidades para la sociedad.

(3)https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/isac_05_22A26FD8B8F2.pdf

Tecnológico

En los últimos años potenciado con la pandemia se incrementó la digitalización en muchos aspectos de la vida, en lo comercial con los e-commerce, en el desarrollo de nuevas apps que facilitan la vida de los usuarios, a nivel laboral y educativo se promovieron los trabajos y educación a distancia. Con este nuevo paradigma, creemos que es necesario acercar al sector de la construcción herramientas digitales que faciliten al consumidor final el desarrollo de estas tareas.

En Argentina se estima que 37 millones de personas cuentan con teléfonos móviles inteligentes (4), desde el 2015 hubo un incremento del 30%. Se estima que en el 2025 40 millones de Argentinos van a tener acceso a telefonía móvil. Es por esto que consideramos sumamente necesario incorporar tecnología a este sector que se encuentra tan relegado.

Además, en las últimas décadas se evidencio una transformación de la demanda hacia la obtención de servicios de calidad, basados en la experiencia del usuario. Gracias a la tecnología, los usuarios lograron acercarse a las marcas generando un ida y vuelta que ayuda a conocer la demanda específica para brindar un servicio personalizado.

Ecológico

En las últimas décadas se comenzó a forjar la conciencia social sobre el cuidado del medio ambiente. La contaminación y al calentamiento global están en niveles muy altos y perjudiciales para nuestro planeta. Es por esto, que las empresas y los usuarios están cada vez más concientizados sobre esta problemática y promueven un consumo ecológico racional.

Con respecto a la pintura debe ser desechada en plantas de tratamiento para darles la deposición final.

(4)<https://es.statista.com/estadisticas/598527/numero-de-usuarios-de-moviles-en-argentina/>

5 fuerzas de Porter

Poder de negociación con el cliente

El poder de negociación del cliente es alto por la gran disponibilidad de oferta de mano de obra. Sin embargo, la competencia no está a la altura de la calidad de servicio que ofrece Pintura Express. Es por esto que nuestra estrategia está basada en una propuesta de valor diferenciada de la competencia, con la calidad garantizada del servicio y el front desk de herramientas digitales para mejorar la experiencia del usuario. Además, consideramos fundamental la realización de campañas de marketing para visibilizar esta diferenciación con respecto a la competencia.

Poder de negociación del proveedor

El poder de negociación con el proveedor de pinturas e insumos complementarios es alto. Debido a que hay múltiples proveedores de insumos por lo que no hay impedimentos a la hora de conseguir bajos costos de los insumos. Actualmente, los fabricantes de pintura venden a menor costo a aquellas pinturerías que les compran mayor cantidad de litros anuales. Con el objetivo de maximizar los beneficios, se negociarán contratos a largo plazo con distribuidores por volumen. De esta forma, se reducen costos a medida que se desarrolla el plan de negocios. Mejorando la rentabilidad de los franquiciados como también de PE.

Amenazas de nuevos competidores.

La competencia actual está dominada por una baja inversión en marketing, infraestructura, calidad del servicio, tiene que ver principalmente con un tema cultural, quienes prestan servicios de pintura generalmente son trabajadores cuenta propistas que no cuentan con inversión para potenciar su emprendimiento, ni con una visión estratégica del negocio. Por lo que, la competencia, aunque algunos estén digitalizados y otros no, no ofrecen una propuesta de valor diferenciada.

Amenazas de productos sustitutos

Las barreras de entrada al negocio son bajas. Nos parece fundamental el acuerdo con los distribuidores para garantizar el mejor costo de operación, dificultando el acceso a otros competidores que no podrían competir con la relación precio-calidad ofrecida.

Rivalidad de competidores existentes

La competitividad es alta, por lo que es fundamental realizar campañas de marketing que hagan foco en la diferenciación de la propuesta de valor. Por la cual, el cliente que esta buscando calidad y eficiencia en el servicio, optara por Pintura Express.



Plan de Marketing

En Pintura Express elaboramos un plan de marketing basado en marketing digital, marketing en medios de comunicación tradicionales y Co Branding con fabricantes de pintura.

Plan de medios y promoción

El objetivo principal de marketing es el reconocimiento de marca por parte de los usuarios. Es imprescindible incorporar la marca al inconsciente colectivo de la sociedad. Hoy en día no hay una marca que sea referente en esta prestación de servicio. Si el cliente necesita pintar su casa, lo más común es que pidan una recomendación a algún conocido o busquen en internet prestadores de servicios. No hay una empresa que sea reconocida por hacer específicamente esta tarea. Es por esto, que nuestras campañas de marketing están direccionadas al posicionamiento y reconocimiento de marca.

Posicionamiento y Reconocimiento de Marca

Para realizar campañas de posicionamiento es importante la segmentación de clientes mencionada al comienzo de este trabajo. Los podemos dividir en dos grandes grupos. Clientes de hogares target 25 a 40 años y target de 30 a 65 años y clientes empresariales.

Para los clientes de hogares nuestra principal segmentación son mujeres adultas mayores de 35 años hasta los 65 años. Es por esto que es fundamental, realizar campañas de marketing en medios de comunicación tradicionales como radios, diarios, revistas y cartelería. Este segmento lidera la búsqueda de prestación de servicio de

pintores y no se encuentran tan digitalizados. Son usuarios de redes sociales, pero en menor medida.

Para este segmento consideramos interesante realizar un Jingle publicitario en radio que sea pegadizo para posicionar la marca al estilo “Cannon es mi colchón” o “Turismo City, paga menos por viajar”. En el cual no se dan detalles del producto, pero se repite la marca y el slogan con un ritmo simple que perdura en la mente de las personas. “Pintura Express pintores en casa sin estres”

Por otro lado, consideramos fundamental la presencia en redes sociales como Facebook e Instagram para posicionarnos como marca, hacer foco en nuestros diferenciales para que el cliente entienda la propuesta de valor de la marca y reconozca nuestros atributos.

Hoy en día, nuestra página web cuenta con un blog con notas de recomendación sobre cuidados de las paredes, como limpiar superficies pintadas, etc. Este blog es una herramienta de posicionamiento orgánico de la página, gracias a esto, la página web se encuentra posicionada en la primera página de Google sin pagar avisos de Google Ads. Es por esto, que hoy no consideramos prioridad realizar campañas con Google Ads.

Con respecto a los clientes empresariales consideramos importante realizar constantemente campañas de mailing para contactarnos directamente con las áreas de compras de las empresas para poder participar de licitaciones o compulsas de precios por tareas de mantenimiento.

Campaña de capacitación y Co-Branding

Para capacitar a los pintores desarrollamos una campaña de Co Branding en conjunto con marcas de pintura como Sintoplast. En la cual, se seleccionan escuelas u hospitales de zonas desfavorables dentro de la Provincia de Buenos Aires y CABA que requieran ser pintados, la empresa hace una donación de litros de pintura y Pintura Express pone la mano de obra, para capacitar y formar a los pintores.

De esta manera, se realizan jornadas de capacitación en donde tanto pintura Express como Sintoplast hacen publicidad de su marca, generan contenido de calidad para subir a las redes sociales y promocionar sus productos y servicios. Además, de posicionar a las marcas como socialmente solidarias ya que promueven la formación de oficios y mejoran la calidad de vida de comunidades en situación de vulnerabilidad.

Pricing

En cuanto al esquema de pricing, de cara al presupuesto que se le envía al cliente contemplamos un margen sobre los costos de materiales y mano de obra entre un 30% y 40%. En este sector, la presupuestación es equivalente entre todos los agentes, el esquema de costos es similar. Por lo que es fundamental hacer hincapié en los atributos de la propuesta de valor para explicar un diferencial en costos. Por consiguiente, el posicionamiento con respecto a la competencia no es por costo sino por calidad.

Con respecto a los Franquiciados el esquema de negocio es cobrarle al franquiciado un Fee de entrada de un valor aproximado de AR\$200.000 para ingresar a la red y proporcionarle un paquete de servicios de gestión, comunicación, capacitación y el acceso a nuevos clientes con la exclusividad por zona. Luego por cada trabajo asignado se le cobra un 8% de comisión sobre el total del presupuesto.

Recursos, procesos y plan operativo del negocio

Actividades Clave

Servicio de pintura residencial y empresarial, venta de productos y gestión de la cadena de suministros.

- Desarrollo y mantenimiento de la aplicación y pagina web.
- Acuerdos con proveedores de pintura e insumos.
- Desarrollo de red de franquiciados.

Recursos clave

- Marca Pintura Express. Desarrollo de marca para obtener nuevos clientes.
- Recolección de experiencias del usuario que avalen la calidad de servicio de cara a nuevos consumidores.
- Desarrollo de Jornadas de capacitación para los pintores.
- Desarrollo de campañas de marketing

Procesos

El proceso lo podemos dividir en dos etapas. Contacto – Presupuesto y Aprobación - Ejecución.

En la primera etapa de Contacto, el cliente llega a Pintura Express a través de la página web en la cual puede realizar un presupuesto online que será aprobado luego de una comunicación con un representante de Pintura Express para verificar que cumpla con el alcance del requerimiento del cliente. O bien, el cliente puede solicitar un presupuesto a través de un contacto por Whatsapp con un representante de Pintura

Express. En ambos momentos, se lo invita al cliente a que descargue la APP de PE para que pueda acceder a las herramientas digitales, de esta forma, el cliente podrá utilizar el asistente de medición para realizar su presupuesto online, podrá utilizar el visualizador de colores para elegir el color para su ambiente y realizar el seguimiento de su presupuesto, desde la aprobación hasta la facturación. Una vez aprobado el presupuesto, se le enviarán mediante la APP las credenciales de los pintores y el código de seguridad para que accedan a su vivienda.

En el caso de que el cliente no se descargue la aplicación, igualmente podrá contar con un cotizador online en la web que forma parte del CRM, no interfiriendo con el proceso de PE. Las herramientas que no estarían disponibles sin la APP son las herramientas de medición y visualización en real time.

Durante la ejecución de la obra, se le pedirá al cliente mediante la APP una evaluación del servicio para obtener un feedback de las tareas realizadas a la mitad del proceso y a la finalización de las mismas. Permitiendo detectar los posibles problemas y si fueron resueltos o que tratamiento les dieron.

En cuanto a la gestión interna de PE de cara a los franquiciados, cuando PE recibe el contacto del cliente es derivado al franquiciado que corresponda de acuerdo a su ubicación. PE debe hacer un seguimiento del franquiciado para garantizar que este envíe el presupuesto correctamente, para esto el sistema le habilita una respuesta en 48hs. Si no es respondida PE se contacta para verificar por que no fue enviado y redireccionarlo si es necesario a otro franquiciado.

El franquiciado es el encargado de realizar la visita de obra y realizar el presupuesto. El mismo lo hace a través del sistema de gestión de PE que se lo envía directamente al cliente por mail o al usuario de la APP.

Cuando el cliente aprueba el presupuesto, dentro de la APP aparecerá la opción de "APROBADO" y así figurará dentro del sistema de gestión de PE, permitiendo así proceder con la facturación del anticipo por parte del franquiciado y el cobro de la comisión del 20% del total del presupuesto de PE al cliente. De esta forma, se reduce el riesgo de mora por parte del franquiciado.

Si el franquiciado decide realizar el trabajo sin facturación, solo se le facturara al cliente la comisión por el servicio. De igual forma, el franquiciado podrá registrar los ingresos en el sistema de gestión para realizar el seguimiento de los pagos.

Con respecto a la compra de materiales, el franquiciado podrá comprarle a PE PACKS mensuales de pintura e insumos básicos para las tareas, así como también compras específicas para trabajos determinados. Dentro del sistema de gestión el franquiciado puede cargar el requerimiento de compra y PE se lo envía a su dependencia.

Indicadores

Como indicadores claves para controlar y medir nuestro rendimiento podemos establecer los siguientes:

- Cantidad de presupuestos solicitados/enviados
- Cantidad de presupuestos enviados/aprobados.
- Tiempo de respuesta desde la solicitud del presupuesto al envío del mismo.
- Cumplimiento del plazo estimado de las tareas.
- Cantidad de Evaluaciones positivas / Evaluaciones negativas.
- Cantidad de descargas de la APP por mes.
- Cantidad de franquiciados adheridos por mes.

Localización

Pintura Express utiliza actualmente una oficina ubicada en el barrio de Palermo, CABA. Para esta primera etapa de desarrollo la oficina de 60m² es acorde a la demanda que tenemos. Fue fundamental para el lanzamiento del negocio el posicionamiento

mediante Google Maps en Palermo, ya que nos dio acceso al segmento target que apunta nuestro negocio.

Calidad

La calidad en Pintura Express es muy importante ya que es nuestro atributo diferencial de cara a la competencia. Es por esto que establecemos un estándar de calidad basado en tres pilares fundamentales.

- **Calidad Técnica.** Nos aseguramos de darle a los franquiciados las capacitaciones necesarias para que ejecuten los trabajos de la mejor manera.
- **Seguridad.** Damos garantía de confianza sobre el personal que realiza las tareas. Todos son evaluados por Pintura Express para asegurarse que el franquiciado sea acorde al perfil de la empresa.
- **Interfaz del usuario.** Utilizamos diseños que faciliten la comunicación visual con el usuario. Creemos que la experiencia del usuario es fundamental para fidelizar nuevos clientes.

Plan de Implementación

| Tareas | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| Desarrollo de plataforma | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Route map del proyecto | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Entorno de desarrollo | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo modulos IoT y Android | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Implementacion | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | |
| Testing y documentacion | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de sistema de Gestion Integral | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Route map del proyecto | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Entorno de desarrollo | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de sistema | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Integracion APP Mobile | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | |
| Implementacion | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| Testing y documentacion | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| Capacitaciones | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| Marketing | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Branding | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Desarrollo de producto | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Publicidad en medios | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Publicidad digital | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tareas Generales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Constitucion societaria | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Compra de computadoras | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Armado de oficina | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capacitaciones tecnicas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Soporte y actualizaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mantenimiento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actualizaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Para este proyecto utilizaremos un equipo de desarrolladores que tienen como primer objetivo lanzar una aplicación mobile, en este tipo de proyectos es necesario que se establezcan primero los alcances del mismo y las tecnologías que se requieren utilizar antes de empezar a desarrollar el mismo. En simultaneo el mismo equipo estará realizando una plataforma con una integración por medio de una API (Application Programming Interface) para disponer de los datos obtenidos en la aplicación mobile. De esta manera, podrán utilizarlos para dar respuesta en tiempo real a la necesidad del cliente.

En paralelo desarrollaremos el branding de la marca durante el tiempo de desarrollo del software para que cuando este finalizando la etapa de prueba y puesta en marcha comenzaremos a darle curso a la publicidad en medios tradicionales y medios digitales.

Esperamos que las acciones publicitarias nos aumenten el volumen de consultas y por ende la cantidad de presupuestos aprobados.

El equipo emprendedor

El equipo emprendedor de Pintura Express esta compuesto por profesionales con amplia experiencia en el sector de la construcción, finanzas y tecnología. Nuestro objetivo es formar un equipo con las habilidades necesarias para llevar adelante este negocio innovador para el sector.

Maria Florencia Rassori (CEO). Arquitecta FADU-UBA, MBA. Experiencia en dirección de obra, coordinación y administración de obras de mediana y gran escala. Desarrollo Pintura Express hace cuatro años y lidera su desarrollo desde entonces. Tiene la responsabilidad de liderar el equipo de trabajo, generar los acuerdos comerciales necesarios y articular los esfuerzos del equipo para lograr los objetivos.

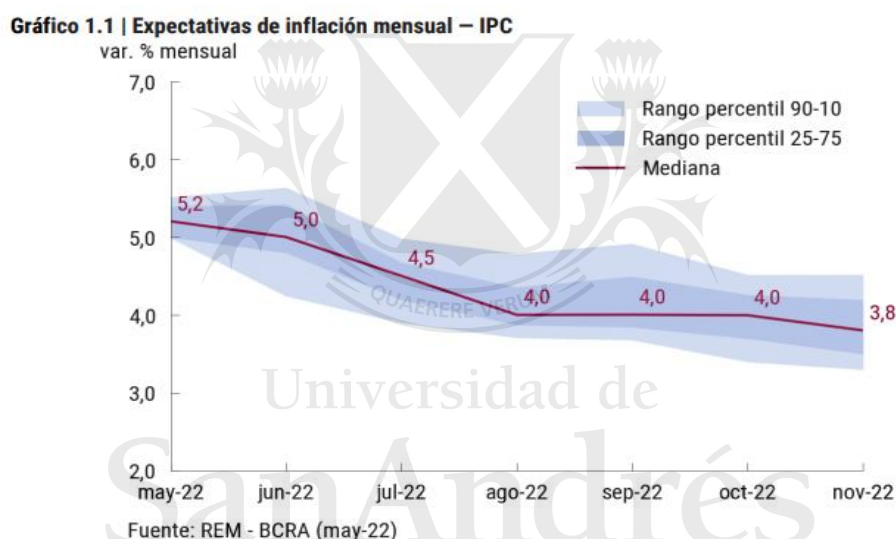
Sebastián Gerber (CFO). Licenciado en Economía UBA y Magister en Finanzas UDT. Experiencia en administración de fondos fiduciarios y administración de cartera de clientes en el banco Galicia. Tiene la responsabilidad de gestionar la cartera de clientes y las inversiones financieras.

Ignacio Domínguez (CTO). Licenciado en Sistemas UTN. Tiene a cargo el desarrollo e implementación de la APP y del sistema de gestión. Coordina las tareas del grupo de desarrolladores, presenta y hace cumplir el plan de trabajo y muestra los avances al grupo inversionista. Por último, su equipo está a cargo de las actualizaciones y mantener los sistemas en funcionamiento, releva en campo y escucha al grupo inversor para proponer o realizar futuros cambios dentro de las plataformas para mejorar su rendimiento.

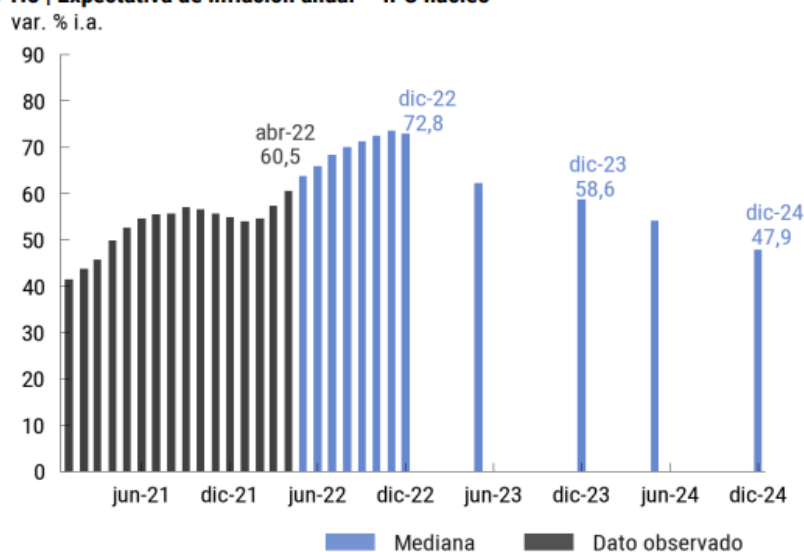
Resultados Económicos – Financieros y requerimientos de inversión

Contexto Macro

El contexto económico político se encuentra en momentos de incertidumbre sobre las implicancias del proceso electoral 2023, generando ruido sobre el mercado de pesos. Este año viene con valores inflacionarios históricos, se espera que el incremento anual ronde el 70%. Con una inflación mensual que ronda el 5%. Se proyecta bajarla a partir de junio a 4.5% y finalizando el año a 3% mensual para no generar más desequilibrios.



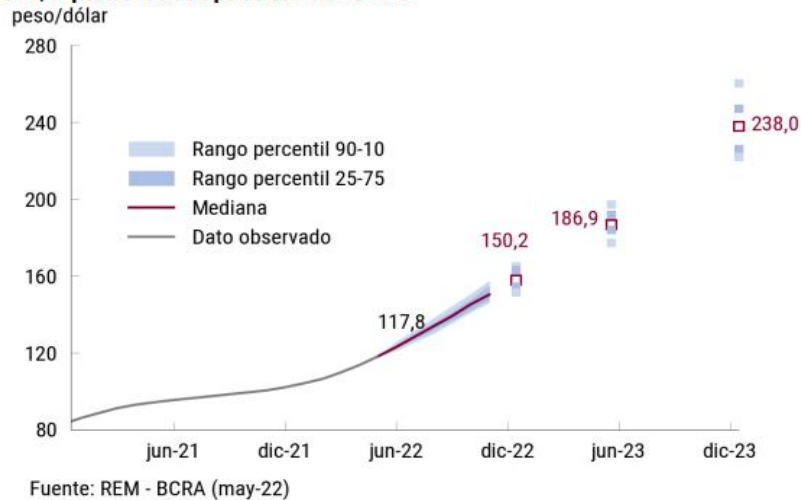
Los mayores ajustes de tarifas se darán en el mes de junio, se estima que las tarifas subsidiadas de energía 2,5% y transporte 4% equivalen al 6.5% del IPC del GBA, el efecto directo de estos rubros puede ser de 4.5 puntos adicionales en lo que queda del año, provocando un posible efecto de derrame en el resto de la economía.

Gráfico 1.8 | Expectativa de inflación anual – IPC núcleo

Con respecto al tipo de cambio y reservas, el gobierno necesita encontrar un equilibrio entre el nivel de inflación, la tasa de interés y el ritmo de depreciación. Debe enfocarse en cumplir varios objetivos; mantener estable el mercado cambiario oficial, contener la brecha entre el dólar libre y el oficial, sostener tasas reales positivas y no perder el tipo de cambio real.

El problema actual es que la demanda de dólares se mantiene muy alta y para bajarla necesita mayor TCR y tasas positivas.

Esto se da por que hay un problema de demanda de importaciones, las mismas vienen subiendo en precio y en cantidad y el BCRA no tiene capacidad para comprar dólares, por lo que para bajar la demanda debería aumentar los controles a las importaciones o ajustar por mercado mediante el aumento del TCR.

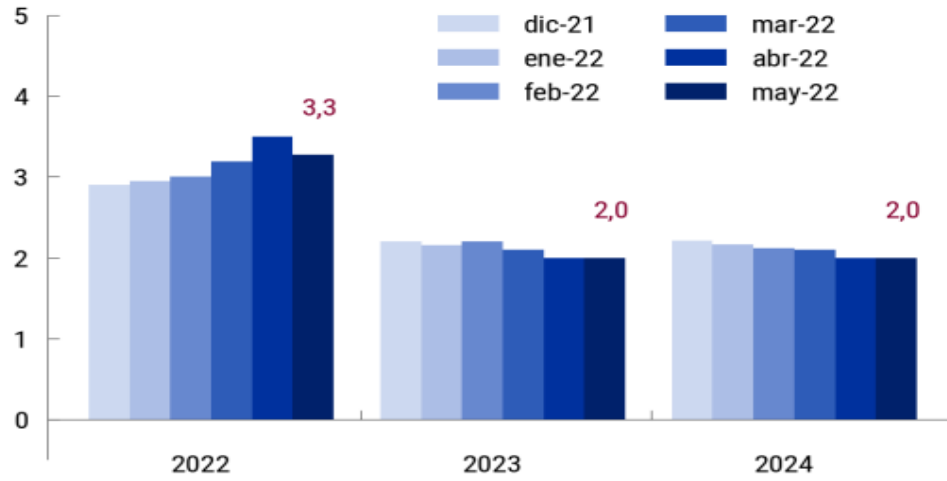
Gráfico 3.1 | Expectativas de tipo de cambio nominal

Con respecto al contexto internacional, el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, hizo aumentar la demanda de granos y materia prima por lo que nuestro país se vio beneficiado por un aumento de las exportaciones. Por otro lado, la Reserva Federal de Estados Unidos ha tomado medidas para controlar la inflación producto de la postpandemia. Este tipo de medidas impacta en los países emergentes como el nuestro, con el consecuente impacto en la valuación de activos de la región.

Por un lado, mejoro el precio de los bienes exportables mejorando la balanza comercial, pero, por otro lado, aumentaron los costos de la energía generando un balance neutro.

Es por esto, que se espera para este año un crecimiento del PBI de 3.3% siendo este el segundo mas alto de America Latina, solamente superado por Colombia con un 6.11% y mayor al 3.1% esperado para Costa Rica, 1.9% México, 1.4% Chile y 0.6% para Brasil.

Gráfico 4.1 | Expectativas de crecimiento anual del PIB
var. % prom. anual



Fuente: REM - BCRA (may-22)

Nota: Mediana



Modelo de Generación de Beneficios

A continuación, se presentan las proyecciones financieras de Pintura Express para el periodo 2023 – 2030. El modelo de generación de beneficios comprende herramientas como el flujo de fondos, proyecciones macroeconómicas, estimaciones de demanda, proyección de las inversiones totales a desarrollar en el proyecto y sus correspondientes sinergias.

El modelo de ingresos se basa en dos unidades de negocios. En primer lugar proyectamos el beneficio esperado para los proyectos de cartera propia y en segundo lugar el beneficio del proyecto de la red de franquiciados y APP mobile.

Durante los últimos tres años Pintura Express comenzó sus actividades manteniendo un crecimiento sostenido y ascendente. Generando una red de clientes estable. Por otro lado, permitió fortalecer el expertis del equipo emprendedor.

De acuerdo a los valores presentados en el flujo de fondos, se estima poder cerrar el 2022 con una facturación de AR\$ 15.156.167, este valor representa un crecimiento en ventas del %1.010. Es importante remarcar que durante el 2021 el nivel de actividad fue bajo producto de las restricciones por la pandemia. Mientras que el año actual esta caracterizado por un crecimiento en volumen promedio de los metros cuadrados demandados por los clientes para refacciones, principalmente el segmento de oficinas.

Consideramos el año 2023 como el año base del proyecto de inversión presentado y su correspondiente modelo de beneficios. Correspondiente a la inversión en publicidad, marketing y desarrollo del software de gestión y app mobile.

El flujo de fondos, concentra los proyectos del segmento de mayor cantidad de metros cuadrados para cartera propia, mientras que el porcentaje mayoritario de la demanda, es decir hasta 300m², es el mercado objetivo de la red de franquiciados a desarrollar. Por otro lado, también existirán factores cualitativos en la asignación de proyectos,

como los resultados por evaluación en sobre anteriores, capacidad para ejecutar obras de mayor volumen (m2) y ubicación geográfica

Por consiguiente, en el flujo de fondos se podrá observar el mismo diferenciado las dos líneas de negocio para evaluar la factibilidad financiera de la inversión a desarrollar.

El total de la inversión a desarrollar es de aproximadamente \$USD 260.000,00 , siendo el 64% del costo el desarrollo de la aplicación y el software de gestión de la red. El complemento de las erogaciones del proyecto, se distribuye en marketing y capital de trabajo.



Estado de Resultados

En la siguiente figura podemos observar el estado de resultados histórico actual y proyectado hasta el 2030. Para realizar las estimaciones de lo resultado esperados tanto de la cartera propia como de la unidad de negocio de los franquiciados, se incluyó una evaluación del contexto macroeconómico actual y esperado.

Pintura express SA

Estado de Resultados

| (AR\$ millones) | Proyectado | | | | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
| Ventas Pintura Express S.A. (AR\$) | 266,494 | 617,816 | 3,284,860 | 15,156,167 | 27,584,224 | 54,335,688 | 99,630,143 | 170,888,726 | 292,642,538 | 418,478,829 | 598,424,726 | 855,747,358 |
| Cartera Propia(m2) | 475 | 1,342 | 3,660 | 8,170 | 10,621 | 13,807 | 17,949 | 23,394 | 30,335 | 39,435 | 51,266 | 66,645 |
| app -franquicia (m2) | - | - | - | - | - | 8,450 | 33,800 | 67,600 | 135,200 | 175,760 | 228,488 | 297,034 |
| Total Ventas (m2) | 475 | 1,342 | 4,785,655 | 8,170 | 10,621 | 22,257 | 51,749 | 90,934 | 165,535 | 215,195 | 279,754 | 363,680 |
| Precio promedio - cartera propia | 580 | 458 | 851 | 1,855 | 2,537 | 3,506 | 4,032 | 4,637 | 5,101 | 5,611 | 6,172 | 6,789 |
| Precio promedio - App Franquicia | - | - | - | - | - | 701 | 806 | 327 | 1,020 | 1,122 | 1,234 | 1,358 |
| Ventas Pinturas Express(AR\$ millones) | 0.3 | 0.6 | 3.3 | 15.2 | 27.6 | 54.3 | 99.6 | 170.9 | 292.6 | 418.5 | 598.4 | 855.7 |
| % crecimiento | 0% | 132% | 432% | 361% | 82% | 97% | 83% | 72% | 71% | 43% | 43% | 43% |
| COSTOMV Variables | 0.1 | 0.5 | 2.1 | 9.9 | 18.1 | 31.7 | 47.4 | 70.9 | 101.3 | 144.9 | 207.2 | 296.3 |
| CostoMV Fijos | 0.0 | 0.1 | 0.2 | 0.4 | 2.8 | 12.2 | 25.9 | 54.5 | 76.6 | 90.4 | 129.0 | 181.7 |
| Otros Costos | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 1.3 | 2.1 | 3.4 | 5.5 | 9.4 | 12.7 | 17.2 | 23.6 |
| Costo de Producción | 0.2 | 0.6 | 2.4 | 10.5 | 22.2 | 46.0 | 76.7 | 130.8 | 187.4 | 248.0 | 353.4 | 501.6 |
| Ganancia Bruta | 0.1 | -0.0 | 0.9 | 4.7 | 5.4 | 8.4 | 23.0 | 40.1 | 105.2 | 170.5 | 245.0 | 354.1 |
| % sobre ventas | 33% | -5% | 28% | 31% | 20% | 15% | 23% | 23% | 36% | 41% | 41% | 41% |
| Gastos Comerciales | - | 0.0 | 0.1 | 0.2 | 2.0 | 2.7 | 3.1 | 3.6 | 3.9 | 4.3 | 4.8 | 5.2 |
| cartera propia | - | 0.0 | 0.1 | 0.2 | 2.0 | 2.4 | 2.3 | 2.3 | 2.1 | 2.3 | 2.6 | 2.8 |
| app - Franquicia | - | - | - | - | - | 0.3 | 0.8 | 1.3 | 1.8 | 2.0 | 2.2 | 2.5 |
| Gastos de Administración | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 8.9 | 9.7 | 10.4 | 11.2 | 12.0 | 12.9 |
| cartera propia | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 3.0 | 2.7 | 6.4 | 6.2 | 5.5 | 5.9 | 6.3 | 6.8 |
| app - Franquicia | - | - | - | - | - | 0.3 | 2.4 | 3.6 | 4.9 | 5.3 | 5.6 | 6.1 |
| EBITDA | 0.1 | -0.1 | 0.8 | 4.4 | 0.4 | 2.7 | 11.0 | 26.8 | 90.9 | 155.0 | 228.3 | 336.0 |
| % sobre ventas | 35% | -9% | 24% | 29% | 1% | 5% | 11% | 16% | 31% | 37% | 38% | 39% |
| D&A | - | - | - | - | -4.6 | -6.2 | -7.1 | -8.2 | -9.0 | -12.4 | -16.4 | -18.0 |
| Resultado Operativo antes de Impuestos | 0.1 | -0.1 | 0.8 | 4.4 | -4.2 | -3.5 | 3.9 | 18.6 | 81.9 | 142.6 | 212.0 | 318.0 |
| Impuesto a las Ganancias | - | - | - | - | - | - | - | 3.3 | 14.7 | 25.7 | 38.2 | 57.2 |
| Resultado Operativo después de Impuestos | 0.1 | -0.1 | 0.8 | 4.4 | -4.2 | -3.5 | 3.9 | 15.2 | 67.1 | 116.9 | 173.8 | 260.8 |
| Resultado Operativo antes de Impuestos USD) | 1556 | -691 | 7621 | 27118 | -18445 | -11474 | 10859 | 45514 | 182394 | 288870 | 390329 | 532408 |
| % sobre ventas | 35% | -9% | 24% | 29% | 1% | 5% | 11% | 16% | 31% | 37% | 38% | 39% |

En base a los datos publicados en el informe mensual de mayo-22 sobre expectativas del mercado del BCRA (REM) se generó un modelo de estimación de valores para los principales fundamentos de la economía doméstica como inflación, tipo de cambio nominal, crecimiento y costos sectoriales. Posteriormente, se aplicaron supuestos respecto al impacto de las variaciones de estas sobre los costes e ingresos del proyecto.

Adicionalmente, se evaluó el impacto de la inflación durante en los últimos 3 años en los principales componentes de los costos. Como fuente se utilizaron datos presentados por CAC y el ISAC en los principales insumos. Además, se supone una composición constante en los insumos aplicados sobre m² del proyecto, permitiendo simplificar la variación de los costos en el mediano plazo.

Sobre la base de las operaciones realizadas durante estos últimos tres años por la empresa se realiza la estimación de precios y costos, así como también la variación de la demanda esperada en m² a remodelar tanto para los proyectos en cartera propia como para la red de franquiciados a desarrollar mediante la aplicación. El año actual se espera que cierre con 8.170 m² intervenidos, de acuerdo al nivel de actividad evidenciado durante el primer semestre 2022. Respecto al periodo 2022 – 2030 se estima un crecimiento interanual promedio de 30% en m², mientras que para el sector a desarrollar el objetivo es comenzar a comercializar el producto en 2024.

Calculamos un crecimiento a partir del 2024 de la red de franquicias, siendo el nivel máximo de capacidad de 4 obras por mes para cada franquiciado. De esta manera, para el 2024 estimamos generar para ese canal 50 obras anuales lo que da a razón de 1 franquiciado con 4 obras por mes. Para el 2025, estimamos tener 3 franquiciados, para el 2026 8 franquiciados, para el 2027 16 franquiciados, para el 2028 21 franquiciados y para el 2029 28 y para el 2030 36 franquiciados.

Respecto a la estructura de costos tomamos como base las erogaciones del proyecto del periodo 2019-2021 en promedio el 27% de los costos corresponde a materiales y el

73% a mano de obra. La unidad de medida es el metro cuadrado y la incidencia en el costo de cada uno de los insumos se mantienen constantes en el tiempo.

Para poder proyectar los costos futuros, suponemos que entre el periodo 2023-2030 la inflación es equivalente a la devaluación del dólar mayorista. Es decir, que la tasa de variación de los precios es equivalente a la variación del dólar anual en el largo plazo.

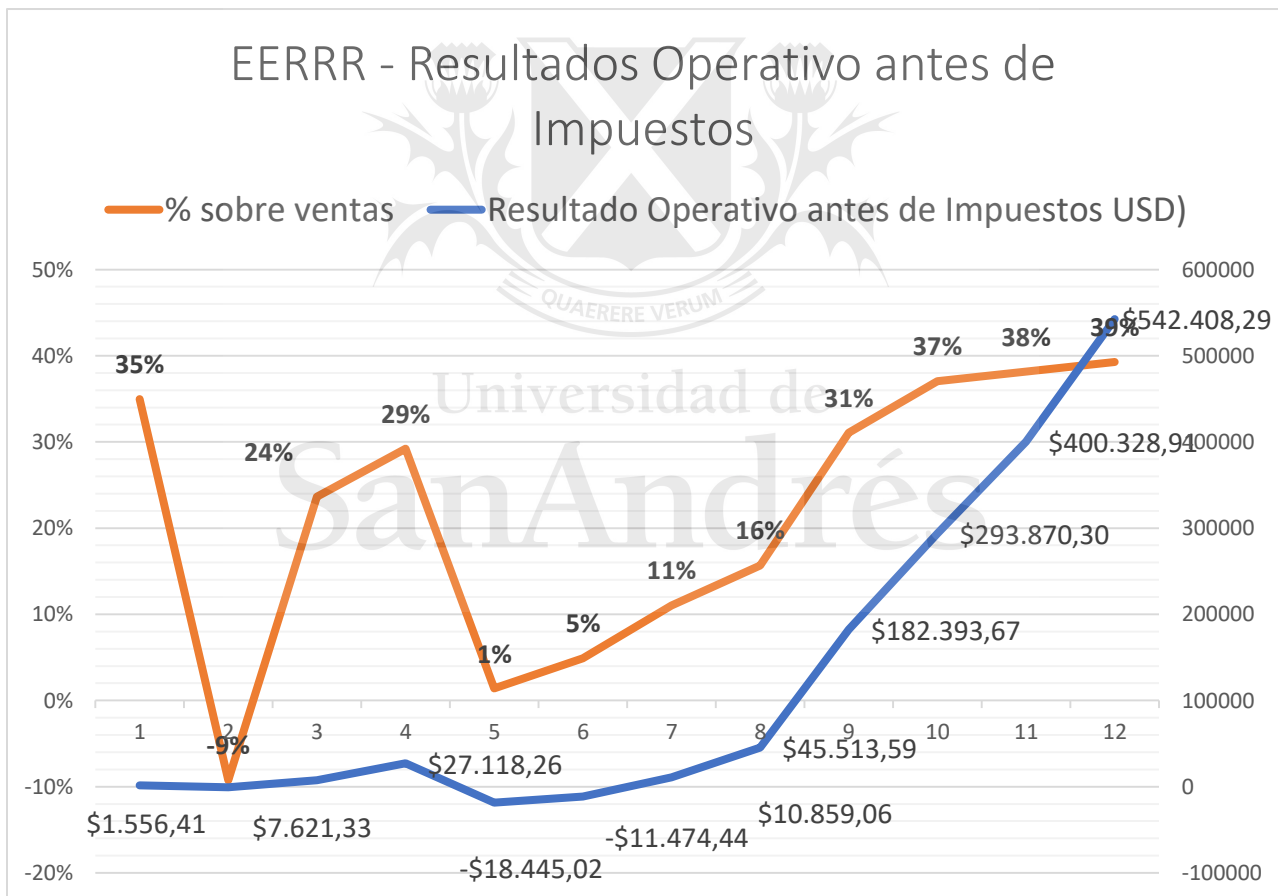


Resultados operativos

Como resultado, el costo del metro cuadrado que en el 2022 es de AR\$1005 para el año 2030 es de AR\$ 4043.81 suponiendo un dólar a AR\$ 597.32.

Por otro lado, los costos indirectos de producción comprenden: Marketing y publicidad, bienes de uso, gastos administrativos y comerciales.

Como se puede observar en el estado de resultados y en el flujo de fondos, los gastos de personal se encuentran distribuidos por los dos centros de costos del proyecto; cartera propia y red de franquiciados.



Adicionalmente, la ganancia bruta sobre ventas tiene una media del 27% para el periodo 2022 -2030. Como se puede observar en la gráfica, el resultado operativo mejora progresivamente a partir del 2024, cuando el desarrollo del proyecto de inversión comienza a madurar. La curva naranja representa el Resultado Operativo (EBITDA) antes de Impuestos en USD sobre ventas. El ratio muestra un resultado apenas positivo para 2023 por un aumento en gastos de marketing para promocionar el desarrollo de la app. A medida que madura el proyecto mejora el EBITDA sobre VENTAS, en el mismo no se considera la inversión. Posteriormente, en el periodo 2027- 2030, el resultado operativo promedio sobre ventas es del 33% mejorando la rentabilidad del proyecto.



Proyección Financiera

En el siguiente grafico se proyectan los flujos de fondos libres del proyecto. Para la confección del mismo se estimaron amortizaciones, CAPEX, estimación sobre el flujo de capital de trabajo esperado, el flujo de fondos financieros que permite financiar las actividades operativas y los aportes de accionistas (dos rondas) para financiar el proyecto. Como resultado se obtiene el flujo de fondos financiero y el flujo de fondos financiero.

Pintura express SA

Flujo de Fondos Libre.

| (AR\$ millones) | Año fiscal finalizado el 31 de diciembre, | | | | | | | | | | | |
|--|---|------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | Proyectado | | | | | | | | | | | 2030 |
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | |
| EBITDA | 0.1 | -0.1 | 0.8 | 4.4 | 0.4 | 2.7 | 11.0 | 26.8 | 90.9 | 155.0 | 228.3 | 336.0 |
| Impuesto a las Gcoias. | - | - | - | - | - | - | - | -3.3 | -14.7 | -25.7 | -38.2 | -57.2 |
| Otros Ingresos y Egresos | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Capex | - | - | - | - | -46.0 | - | - | - | -22.4 | - | -27.2 | - |
| NOF | - | - | - | - | 0.39 | 0.73 | 2.55 | 3.70 | 8.55 | 7.69 | 10.27 | 14.79 |
| Flujo de Fondos Operativo | | | 0.8 | 4.4 | -45.2 | 3.4 | 13.5 | 27.1 | 62.3 | 137.0 | 173.3 | 293.6 |
| Variación de Deuda Fiscal | - | - | - | - | 0.276 | 0.268 | 0.453 | 0.713 | 1.218 | 1.258 | 1.799 | 2.573 |
| Intereses Deuda Fiscal | - | - | - | - | -0.110 | -0.190 | -0.149 | -0.256 | -0.293 | -0.418 | -0.598 | -0.856 |
| Variación Deuda Comercial | - | - | - | - | 1.462 | 1.157 | 0.881 | 1.638 | 0.972 | 1.947 | 3.379 | 4.749 |
| Intereses Deuda Comercial | - | - | - | - | -0.585 | -0.917 | -0.525 | -0.771 | -0.611 | -0.806 | -1.144 | -1.619 |
| Variación de Otras deudas | - | - | - | - | 1.103 | 1.070 | 1.812 | 2.850 | 4.870 | 5.033 | 7.198 | 10.293 |
| Pago de Intereses Deuda Existente (incluye dif de cambio) | - | - | - | - | -0.441 | -0.018 | -0.010 | -0.015 | -0.012 | -0.016 | -0.023 | -0.032 |
| Aportes Accionistas (aca entra caja inicial) | - | - | - | - | 45.7 | 5.0 | - | - | - | - | - | - |
| Flujo de Fondos Financiero | | | - | - | 47.4 | 6.4 | 2.5 | 4.2 | 6.1 | 7.0 | 10.6 | 15.1 |
| Flujo de Fondos al Accionista | | | \$ 776,526 | \$ 4,426,310 | \$ 2,193,181 | \$ 9,766,362 | \$ 16,001,265 | \$ 31,297,198 | \$ 68,411,054 | \$ 144,026,393 | \$ 183,895,830 | \$ 308,669,856 |
| Flujo de Fondos al Accionista en US\$ mm | | | \$ 12,967 | \$ 53,563 | \$ 21,525 | \$ 59,835 | \$ 70,024 | \$ 101,453 | \$ 192,835 | \$ 353,024 | \$ 409,771 | \$ 625,275 |
| Caja Inicial | | | 0.2 | 1.0 | 5.4 | 7.6 | 17.4 | 33.4 | 64.7 | 133.1 | 277.1 | 461.0 |
| Exceso de caja | 0.1 | 0.1 | 0.8 | 4.4 | 2.2 | 9.8 | 16.0 | 31.3 | 68.4 | 144.0 | 183.9 | 308.7 |

Medidas de Rentabilidad

De acuerdo al flujo de fondos presentado, se obtiene un NPV de USD 84.880.76, asumiendo una tasa de descuento de 25% y una TIR de 33%.

| VAN | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------|----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|--|
| (USD millones) | INVERSION | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | |
| Flujo de Fondos al Accionista | \$ (260,505) | \$ 9,598 | \$ 31,659 | \$ 45,104 | \$ 76,713 | \$ 152,439 | \$ 291,756 | \$ 338,654 | \$ 516,757 | |
| VAN | \$84,880.76 | | | | | | | | | |
| Tasa de Descuento | 25% | | | | | | | | | |
| TIR | 33% | | | | | | | | | |

| (USD millones) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
|-------------------------------|------|-------|------|------|-------|------|------|------|------|------|------|------|
| EBITDA | 0.00 | -0.00 | 0.01 | 0.03 | 0.00 | 0.01 | 0.03 | 0.07 | 0.20 | 0.31 | 0.42 | 0.56 |
| Flujo de Fondos Operativo | - | - | 0.01 | 0.03 | -0.20 | 0.01 | 0.04 | 0.07 | 0.14 | 0.28 | 0.32 | 0.49 |
| Flujo de Fondos Financiero | - | - | - | - | 0.21 | 0.02 | 0.01 | 0.01 | 0.01 | 0.01 | 0.02 | 0.03 |
| Flujo de Fondos al Accionista | - | - | 0.01 | 0.03 | 0.01 | 0.03 | 0.05 | 0.08 | 0.15 | 0.29 | 0.34 | 0.52 |

| Pintura express SA | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------|-------------|------------|--------------|-----------------|--------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Valuacion por WACC | | | | | | | | | | | | | |
| (AR\$ millones) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 |
| EBIT | \$ 93.203 | \$ (51.120) | \$ 776.526 | \$ 4.426.310 | \$ 4.382.273 | \$ 8.876.426 | \$ 18.131.015 | \$ 34.988.376 | \$ 99.916.449 | \$ 167.407.282 | \$ 244.672.228 | \$ 354.006.537 | |
| NOPAT | \$ 93.203 | \$ (51.120) | \$ 776.526 | \$ 4.426.310 | \$ 4.382.273 | \$ 8.876.426 | \$ 18.131.015 | \$ 31.646.633 | \$ 85.182.728 | \$ 141.738.312 | \$ 206.520.038 | \$ 296.763.118 | \$ 511.728 |
| EBITDA | \$ 93.203 | \$ (51.120) | \$ 776.526 | \$ 4.426.310 | \$ 383.681 | \$ 2.668.335 | \$ 10.391.710 | \$ 26.778.775 | \$ 90.885.228 | \$ 155.004.667 | \$ 228.314.254 | \$ 336.012.766 | |
| Impuesto a los Gajos. | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ (3.342.343) | \$ (14.733.721) | \$ (26.112.658) | \$ (39.123.566) | \$ (58.318.538) | |
| Capex | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ (45.385.862) | \$ - | \$ - | \$ - | \$ (22.438.830) | \$ - | \$ (27.150.384) | \$ - | |
| NOF | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 423.354 | \$ 1.151.923 | \$ 3.700.695 | \$ 7.402.765 | \$ 15.957.537 | \$ 23.643.032 | \$ 33.922.241 | \$ 48.714.077 | |
| FFL AR\$ | | | | | \$ (45.178.621) | \$ 3.820.257 | \$ 14.692.404 | \$ 30.833.197 | \$ 69.670.214 | \$ 152.541.041 | \$ 195.955.946 | \$ 326.408.245 | \$ 476.026 |
| FFL USD\$ | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ (197.708,30) | \$ 12.383,71 | \$ 41.414,57 | \$ 75.530,21 | \$ 155.244,76 | \$ 309.003,80 | \$ 360.863,44 | \$ 546.453,07 | |
| VR | | | | | | | | | | | | | \$ 6.782.733 |
| FFL + VR | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ (197.708) | \$ 12.384 | \$ 41.415 | \$ 75.530 | \$ 155.245 | \$ 309.004 | \$ 360.863 | \$ 7.323.186 | |
| Factor de descuento | | | | | 9% | 8% | 7% | 6% | 6% | 5% | 5% | 4% | 4% |
| VP Hijos | | | | | \$ (173.705,03) | \$ 10.231,03 | \$ 31.039,34 | \$ 51.534,38 | \$ 96.315,08 | \$ 174.251,54 | \$ 184.365,67 | \$ 3.414.536,30 | |
| Valor del Negocio | \$ 3.783.350,10 | | | | | | | | | | | | |

| | |
|--------------------------|--|
| Tasa de Crecimiento | 3% |
| Tasa de Reinversion | 7% |
| Ronic | 43% |
| KWACC | 10.02% $E/V \cdot K_e + D/V \cdot K_d(1-t)$ |
| Ke | 10.80% $R_f + B_l \cdot PRM$ |
| Rf | 2.8% |
| Bl apalancada | 1.6 |
| PRM | 5.00% |
| D/V | 10.0% DEUDA 10 - CAPITAL 90 |
| D/V INDUSTRIA | 20% DEUDA 20 CAPITAL 80 |
| Bl INDUSTRIA | 1.8 |
| Ba INDUSTRIA | 1.44 |
| Tasa libre de Riesgo Rf | 2.8% |
| Prima de No pago | 0.75% |
| Ke | 3.55% |
| Tasa impositiva Efectiva | 16% |

Conclusiones

Consideramos que Pintura Express es un proyecto con potencial crecimiento. Principalmente por la demanda insatisfecha de los clientes y la oportunidad de mercado en Argentina y en la región.

Pintura Express fue desarrollado con una visión disruptiva de como hoy se realizan las tareas de pintura, acercando al cliente una propuesta de valor diferenciada basada en las problemáticas del usuario. Consideramos fundamental el desarrollo de la plataforma y del software de gestión para incorporar tanto al sector de la construcción como al usuario, herramientas digitales basadas en metodologías ágiles e intuitivas, que garantizan un trabajo de calidad y seguro.

Además, Pintura Express se desarrollará como un formador de trabajo calificado, mejorando el estilo de vida de las personas y favoreciendo la integración al mercado laboral de sectores socioeconómicos vulnerables.

Por último, de acuerdo a las proyecciones financieras, la empresa es rentable en el mediano plazo, por consiguiente, se considera razonable realizar la inversión presentada.

Bibliografía

<https://www.iproup.com/innovacion/8202-venta-por-celular-cuanto-sale-desarrollar-una-app-en-argentina>

<https://www.camarco.org.ar/indicadores/indicadores-de-actividad/>

<https://www.camarco.org.ar/indicadores/convenios-colectivos/>

<https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-3-3-42>

<https://www.oecd.org/env/indicators-modelling-outlooks/49884278.pdf>

<https://www.telam.com.ar/notas/202206/594911-ocde-crecimiento-pbi-argentina-economia-desarrollo.html>

“Blue Ocean Strategy, Expanded Edition”, W. Chan KIM and Renée MAUBORGNE, Harvard Business School Press, 2005

“ESTRATEGIA COMPETITIVA Técnicas para el análisis de los sectores y de la competencia” Michael Porter.

“La Argentina y el desarrollo económico en el S.XXI” José Maria Fanelli

“Principios de Economía” Sexta Edición N. Gregory Mankiw

“Nondisruptive Creation: Rethinking Innovation and Growth”, Sloan Management Review Article, February 2019, by W. Chan KIM and Renée MAUBORGNE.

Entrepreneurship Lynda M. Applegate, Series Editor. Financing Entrepreneurial Ventures. Harvard Business Publishing. 2014

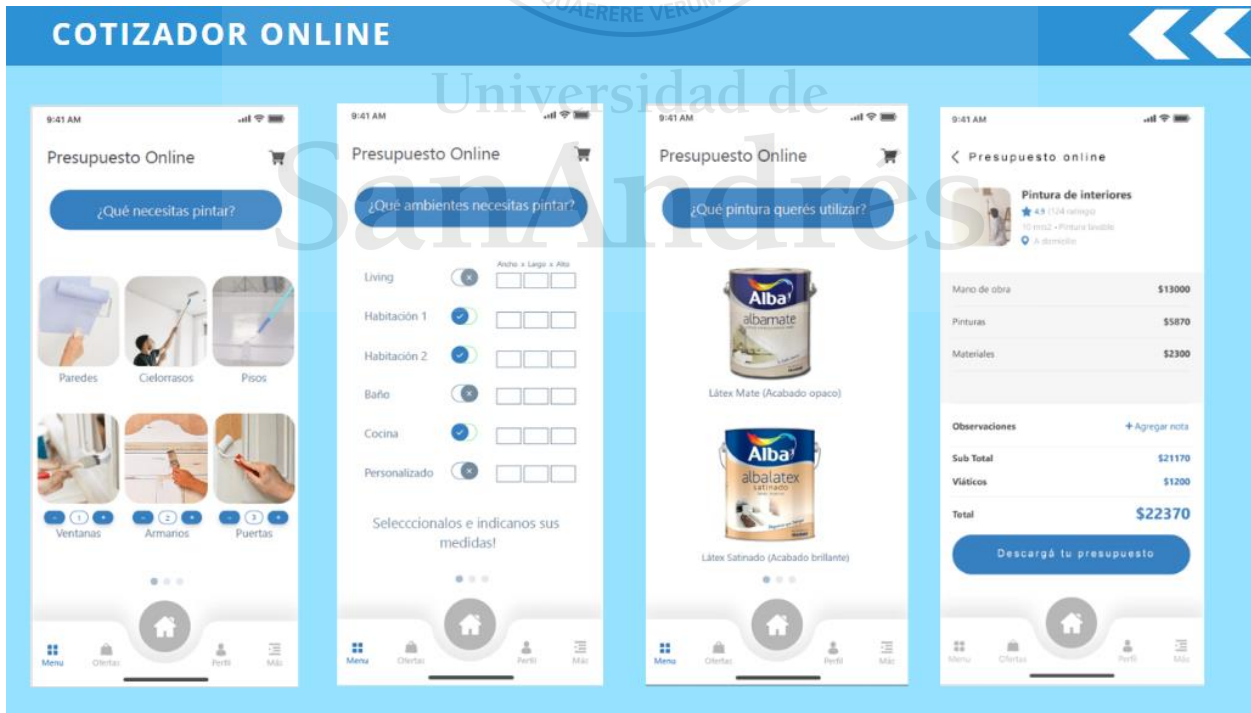
Richard Ivey School of Business. The University of Western Ontario. “ A note of valuation for venture capitals”

“Entrepreneurial Impact The Role of MIT”. Kauffman, The Foundation of Entrepreneurship

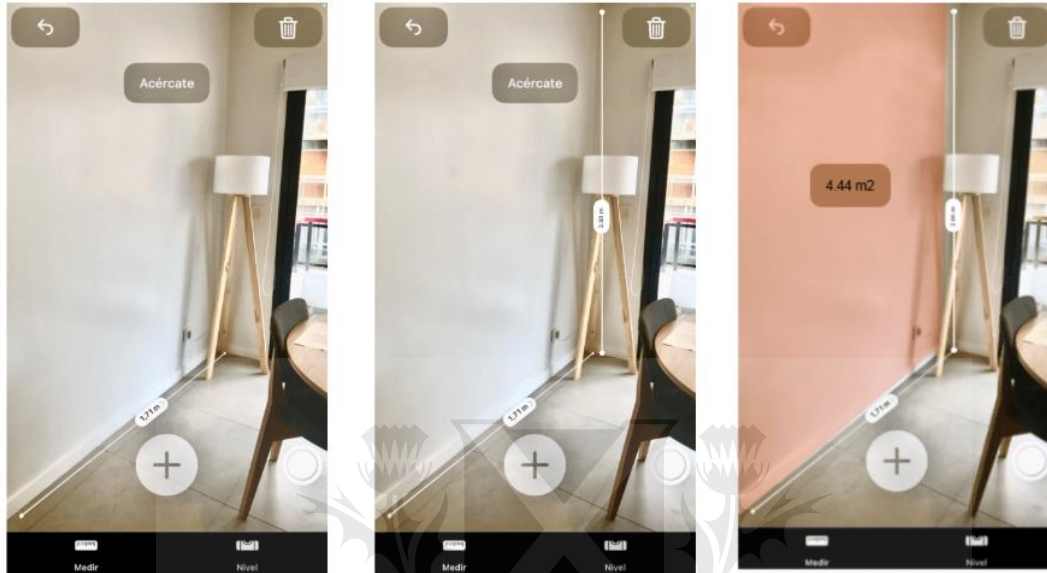
“Las Tareas Fundamentales de los Ejecutivos de Empresas” Majluf, N.

Anexos

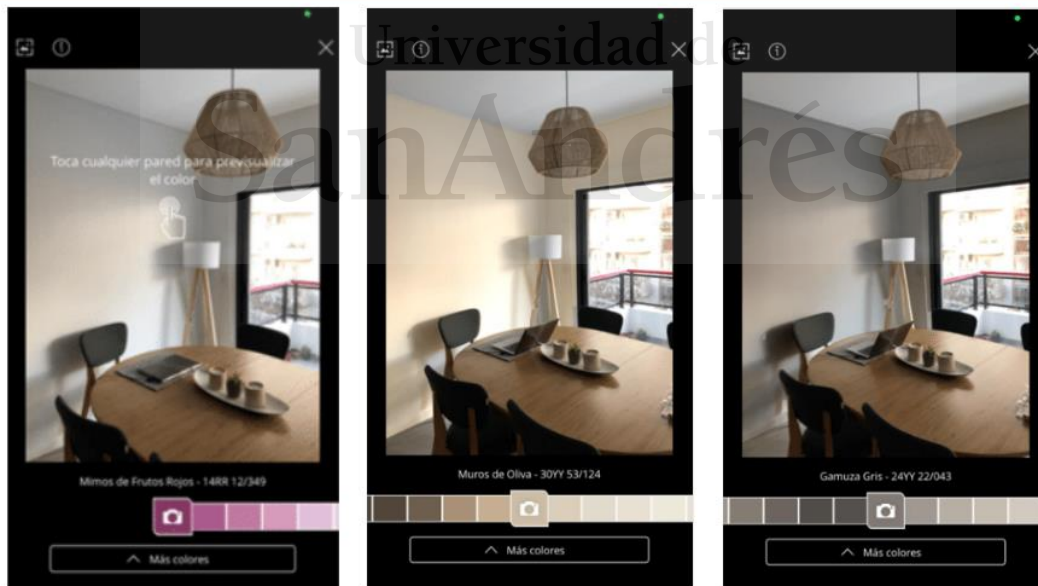
Anexo 1: Pantallas APP Mobile



MEDICION DIGITAL



VISUALIZACION DE COLORES REAL TIME



QR CODE IDENTIFICACION DE PINTORES







| Nombre | DNI | Categoría |
|-----------------|------------|-----------------|
| Nicolás Gerez | 25.XXX.XXX | Pintor Oficial |
| Luis Yamil | 20.XXX.XXX | Pintor Oficial |
| Uriel Domínguez | 40.XXX.XXX | Pintor Ayudante |

Anexo 2. Pagina Web



WEB SITE WWW.PINTURAEXPRESS.COM.AR

Pintura Express

Home Quienes Somos Como Funciona Servicios Cotizador Blog Portfolio Contacto

¿Buscando pintores profesionales?

Llegaste al lugar correcto

Anexo 3. Detalle de Ingresos y Gastos

| | Inversiones | | | | | |
|--|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 |
| Desarrollo de APP y Sistema de Gestión | \$ 166,718.18 | | | | | |
| Equipamiento | \$ 22,590.91 | | | | | |
| Inscripciones, diseño y marca | \$ 1,022.73 | | | | | |
| Total | \$ 190,331.82 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |

| Desarrollo de APP y Sistema de Gestión | Cantidad | Precio | Total (AR) | 12 meses | Total (USD) |
|--|----------|---------------|-----------------|------------------------|----------------------|
| Computadoras y equipos | 9 | \$ 342,000.00 | \$ 3,078,000.00 | \$ 3,078,000.00 | \$ 13,990.91 |
| Product Owner | 1 | \$ 700,000.00 | \$ 700,000.00 | \$ 8,400,000.00 | \$ 38,181.82 |
| Scrum Master | 1 | \$ 500,000.00 | \$ 500,000.00 | \$ 6,000,000.00 | \$ 27,272.73 |
| Developer frontend backend (tech lead) | 1 | \$ 400,000.00 | \$ 400,000.00 | \$ 4,800,000.00 | \$ 21,818.18 |
| Developer Frontend | 1 | \$ 300,000.00 | \$ 300,000.00 | \$ 3,600,000.00 | \$ 16,363.64 |
| Developer backend | 1 | \$ 300,000.00 | \$ 300,000.00 | \$ 3,600,000.00 | \$ 16,363.64 |
| Developer Junior | 4 | \$ 150,000.00 | \$ 600,000.00 | \$ 7,200,000.00 | \$ 32,727.27 |
| Total | | | | \$36,678,000.00 | \$ 166,718.18 |

| Equipamiento | Cantidad | Precio | Total (AR) | Total (USD) |
|-------------------------------|----------|----------------|------------------------|---------------------|
| Lenovo i7 16GB de ram 256 ssd | 3 | \$ 250,000.00 | \$ 750,000.00 | \$ 3,409.09 |
| Samsung A22 | 3 | \$ 40,000.00 | \$ 120,000.00 | \$ 545.45 |
| Samsung Smart TV 45" | 1 | \$ 100,000.00 | \$ 100,000.00 | \$ 454.55 |
| Vehiculo Utilitario | 1 | \$4,000,000.00 | \$ 4,000,000.00 | \$ 18,181.82 |
| Equipos tecnicos | 8 | \$ 300,000.00 | \$ 2,400,000.00 | \$ 10,909.09 |
| Total | | | \$ 7,370,000.00 | \$ 33,500.00 |

| Inscripciones y creacion de marca | Cantidad | Precio | Total (AR) | Total (USD) |
|-----------------------------------|----------|---------------|----------------------|--------------------|
| Constitución de S.A. | 1 | \$ 200,000.00 | \$ 200,000.00 | \$ 909.09 |
| Registro de Marcas y patentes | 1 | \$ 15,000.00 | \$ 15,000.00 | \$ 68.18 |
| Diseño de Logo | 1 | \$ 10,000.00 | \$ 10,000.00 | \$ 45.45 |
| Total | | | \$ 225,000.00 | \$ 1,022.73 |

| Roles | Cantidad | Precio | Salarios | | Descripcion |
|-----------------------------|----------|---------------|---------------|-------------|---|
| | | | Total (AR) | Total (USD) | |
| Administrativo Contable Sr. | 1 | \$ 210,000.00 | \$ 210,000.00 | \$ 954.55 | Administración general |
| Comercial | 1 | \$ 210,000.00 | \$ 210,000.00 | \$ 954.55 | Captación de clientes y ejecución de presupuestos |
| Calidad | 1 | \$ 250,000.00 | \$ 250,000.00 | \$ 1,136.36 | Perfil técnico. Supervisión de obras. |

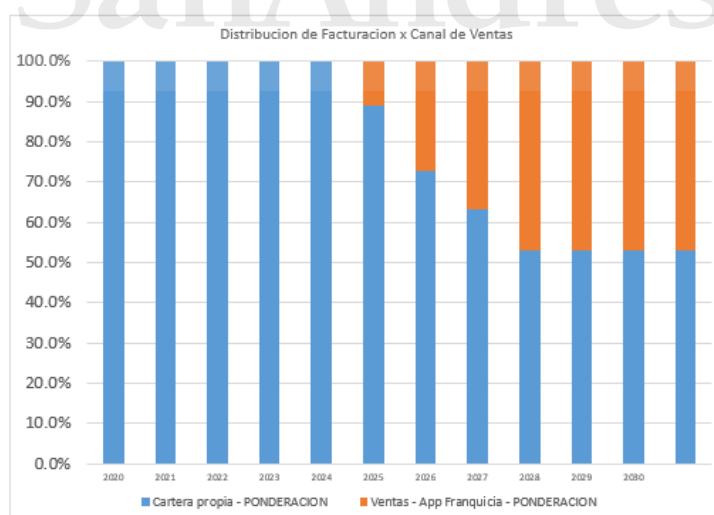
Anexo 4. Cuantitativo

Estimacion de demanda y distribucion de probabilidades

Estmacion de ventas por canales de comercializacion

| Intervalos M2 | Grupos M2 | Frec. Acumulada | Frec. Absoluta | Frec. Relativa |
|---------------|-----------|-----------------|----------------|----------------|
| 0-100 | 100 | 46 | 46 | 31% |
| 100-200 | 200 | 85 | 39 | 26% |
| 200-300 | 300 | 100 | 15 | 10% |
| 300-400 | 400 | 114 | 14 | 9% |
| 200-500 | 500 | 124 | 10 | 7% |
| 500-1000 | 1000 | 137 | 13 | 9% |
| 1000-2000 | 2000 | 144 | 7 | 5% |
| 2000-3000 | 3000 | 147 | 3 | 2% |
| 3000-4000 | 4000 | 147 | 0 | 0% |
| 4000-5000 | 5000 | 148 | 1 | 1% |

Analizamos un total de 152 presupuestos enviados desde el 2019 hasta junio del 2022 para identificar de que tamaño eran las obras más solicitadas por los clientes. De esta forma podemos determinar el segmento target específico y la media que utilizamos en nuestras proyecciones. La mayor cantidad de presupuesto solicitados fueron de obras de ente 100m² y 300m² captando el 68% de la demanda.



Amortizaciones de Bien de uso (Proyecto).

Pintura express SA

Inversion y Amortizaciones

| | inversion | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 | 2032 | 2033 |
|----------|------------|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | amortizaciones 2023 ARS | | | | | | | | | | |
| ARS 000' | 45,985,862 | 4,598,586 | 6,208,091 | 7,139,305 | 8,210,201 | 9,031,221 | 9,934,343 | 10,927,777 | 12,020,555 | 13,222,611 | 14,544,872 | 15,999,359 |
| USD | 201,241 | 20,124 | 20,124 | 20,124 | 20,124 | 20,124 | 20,124 | 20,124 | 20,124 | 20,124 | 20,124 | 20,124 |

Indicadores de Rentabilidad (NPV – IRR – Payback Ratio)

| PAYBACK PERIOD RATIO | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------------|-------------|--------------|--------------|-------------|-----------|------|------|--|
| INVERSION | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | |
| \$ | (260.505) | \$(250.907) | \$ (219.249) | \$ (174.145) | \$ (97.432) | \$ 55.007 | | | |
| Negative Cash flow Yea | 4 | | | | | | | | |
| Fractional Value | 0,36 | | | | | | | | |
| PAYBACK PERIOD | 4,36 | | | | | | | | |

Universidad de
SanAndrés

Pintura express SA

Análisis y Gestión de Capital de Trabajo - CON INVERSION

| AF\$ 000* | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
|---|------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| Ventas (1) | 27,6 | 54,3 | 99,6 | 170,9 | 292,6 | 418,5 | 598,4 | 855,7 |
| CMV (2) | -24,2 | -48,7 | -79,8 | -134,4 | -191,3 | -252,3 | -358,1 | -506,9 |
| Compras | -10,0 | -17,5 | -26,2 | -39,2 | -56,1 | -80,2 | -114,7 | -164,0 |
| Deudas Comerciales (3) | 1,5 | 2,6 | 3,5 | 5,1 | 6,1 | 8,1 | 11,4 | 16,2 |
| <i>En Días de Costos</i> | 22,0 | 19,6 | 16,0 | 14,0 | 11,7 | 11,7 | 11,7 | 11,7 |
| Crédito por ventas (4) | 1,4 | 2,7 | 5,0 | 8,5 | 14,6 | 20,9 | 29,9 | 42,8 |
| <i>En días de Ventas</i> | 18,3 | 18,3 | 18,3 | 18,3 | 18,3 | 18,3 | 18,3 | 18,3 |
| Bienes de Cambio | - | - | - | - | - | - | - | - |
| <i>En Días de Costos</i> | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Deudas Fiscales (5) | 0,3 | 0,5 | 1,0 | 1,7 | 2,9 | 4,2 | 6,0 | 8,6 |
| <i>En Días de Costos</i> | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 |
| Cuentas de Capital de Trai | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
| ACTIVO CORRIENTE | | | | | | | | |
| Créditos por ventas | 1.379.211 | 2.716.784 | 4.981.507 | 8.544.436 | 14.632.127 | 20.923.941 | 29.921.236 | 42.787.368 |
| Otros créditos | 1.103.369 | 2.173.428 | 3.985.206 | 6.835.549 | 11.705.702 | 16.739.153 | 23.936.989 | 34.229.894 |
| Bienes de cambio | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Saldo IVA | - | - | - | - | - | - | - | - |
| PASIVO CORRIENTE | | | | | | | | |
| Deudas comerciales | 1.461.626 | 2.618.797 | 3.499.768 | 5.137.978 | 6.109.726 | 8.056.782 | 11.435.850 | 16.185.009 |
| Remuneraciones y cargas social | 292.325 | 523.759 | 699.954 | 1.027.596 | 1.221.945 | 1.611.356 | 2.287.170 | 3.237.002 |
| Deudas fiscales | 275.842 | 543.357 | 996.301 | 1.708.887 | 2.926.425 | 4.184.788 | 5.984.247 | 8.557.474 |
| Otros pasivos | 29.233 | 52.376 | 69.995 | 102.760 | 122.195 | 161.136 | 228.717 | 323.700 |
| NOF | 423.554 | 1.151.923 | 3.700.695 | 7.402.765 | 15.957.537 | 23.649.032 | 33.922.241 | 48.714.077 |
| NOF (USD 000') | 2.595 | 5.041 | 11.996 | 20.867 | 39.114 | 52.697 | 68.717 | 89.710 |
| Variación de capital de tr | 388.554 | 728.369 | 2.548.772 | 3.702.070 | 8.554.772 | 7.691.495 | 10.273.210 | 14.791.836 |
| Variación de capital de trabajo sin recuperado de IVA | | | 2.548.772 | 3.702.070 | 8.554.772 | 7.691.495 | 10.273.210 | 14.791.836 |
| <i>Capital de trabajo / ventas</i> | <i>1,5%</i> | <i>2,1%</i> | <i>3,7%</i> | <i>4,3%</i> | <i>5,5%</i> | <i>5,7%</i> | <i>5,7%</i> | <i>5,7%</i> |
| Posición IVA ('000) | | | | | | | | |
| Débito Fiscal | | | | | | | | |
| Ventas mercado local | 5.792.687 | 11.410.494 | 20.922.330 | 35.886.633 | 61.454.933 | 87.880.554 | 125.669.192 | 179.706.945 |
| Total Débito Fiscal | 5.792.687 | 11.410.494 | 20.922.330 | 35.886.633 | 61.454.933 | 87.880.554 | 125.669.192 | 179.706.945 |
| Credito Fiscal | | | | | | | | |
| Inversión extraordinaria 2020 | - | 13.795.758,60 | - | - | - | - | - | - |
| Compras | 2.099.146 | 3.684.002 | 5.507.583 | 8.233.836 | 11.774.385 | 16.837.371 | 24.077.441 | 34.430.740 |
| Total Crédito Fiscal | 2.099.146 | 17.479.760 | 5.507.583 | 8.233.836 | 11.774.385 | 16.837.371 | 24.077.441 | 34.430.740 |
| Saldo Período | 3.693.541 | -6.069.266 | 15.414.747 | 27.652.797 | 49.680.548 | 71.043.183 | 101.591.752 | 145.276.205 |
| Saldo Acumulado IVA | - | (6.069.266) | - | - | - | - | - | - |
| IVA a pagar | 3.693.541 | 7.726.493 | 15.414.747 | 27.652.797 | 49.680.548 | 71.043.183 | 101.591.752 | 145.276.205 |

Datos

(1) Gastos Comerciales

(2) Gastos de Administración

(3) Cuentas a pagar: Es el porcentaje de materiales en los costos de cartera propia a 60 días

(4) Es un 25% de las ventas de dos meses a 30 días por mora en cobranzas

(5) 9% de las ventas

DEUDAS COMERCIALES: SE PAGA ANTICIPADO EL 40% y el resto contra entrega, como son obras pequeñas el ciclo comercial tiene 1 mes.

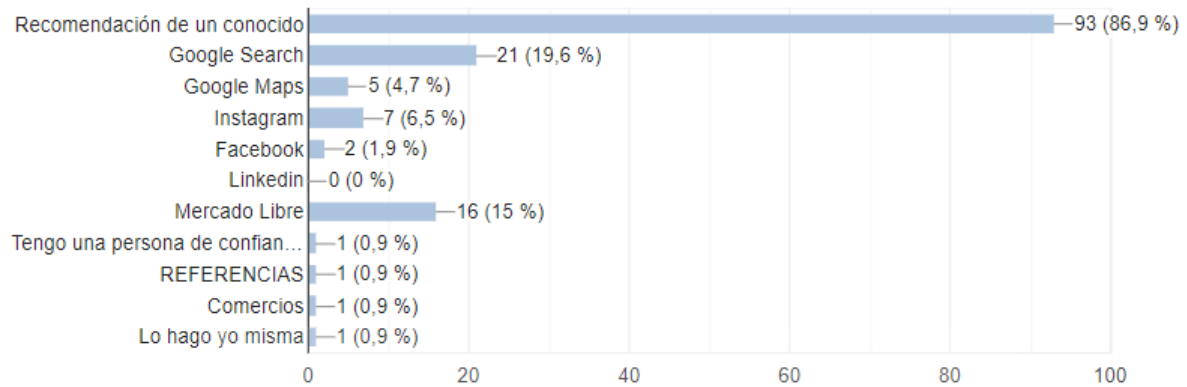
Materiales de cartera de cartera propia: a 60 días

Anexo 5: Resultados Encuestas

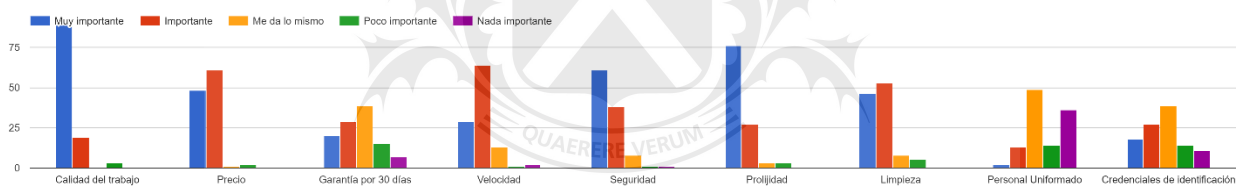
Que medios utilizas para buscar un servicio de pintura para tu hogar o empresa?



107 respuestas

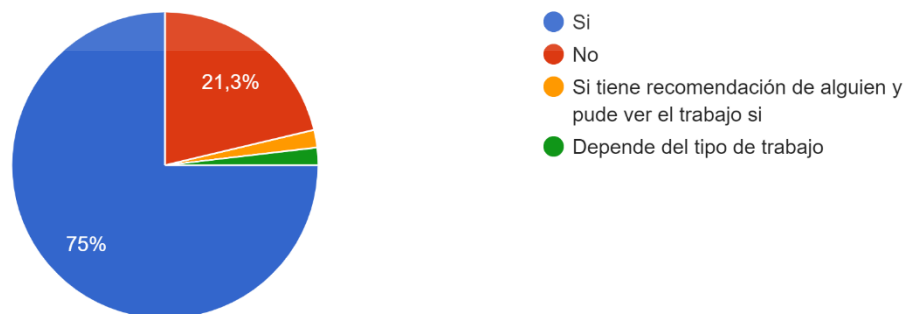


Que atributos valoras de un servicio de pintura?



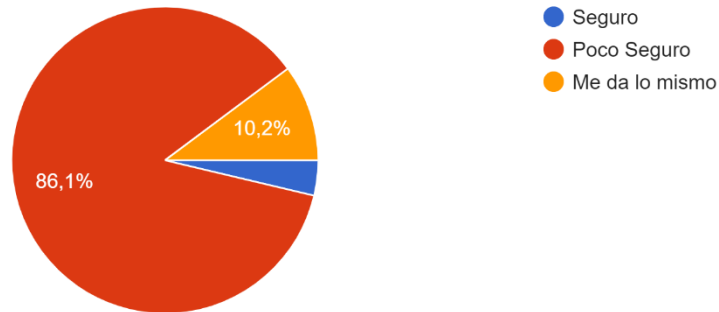
Estarías dispuesto a abonar un precio mayor por el cumplimiento de los atributos anteriores?

108 respuestas



Cuan seguro te sentís al dejar entrar a tu casa a un pintor no acreditado o sin recomendación?

108 respuestas



Que tanto valorarias la formalidad de un presupuesto detallado en PDF con toda la información necesaria?

107 respuestas



Que tanto valorarias una cotización 100% online?

108 respuestas

