

Bombas atomizadoras

Plan de Negocio

Versión: 3

Fecha: 2009-05-20

Índice

| | |
|---|-----------|
| Índice..... | 3 |
| La empresa..... | 6 |
| <i>Descripción del negocio.....</i> | 6 |
| <i>Historia de la empresa</i> | 6 |
| <i>Tipo de entidad empresarial.....</i> | 6 |
| <i>Estructura societaria actual</i> | 6 |
| Productos y servicios | 7 |
| <i>Actuales.....</i> | 7 |
| <i>En desarrollo.....</i> | 7 |
| Mercado..... | 8 |
| <i>Segmentos.....</i> | 8 |
| <i>Tamaño</i> | 8 |
| <i>Evolución</i> | 8 |
| Competencia | 10 |
| <i>Estructura.....</i> | 10 |
| <i>Principales competidores</i> | 10 |
| <i>Nuevos entrantes</i> | 11 |
| <i>Productos sustitutos.....</i> | 11 |
| <i>Evolución esperada</i> | 11 |
| Análisis competitivo | 12 |
| <i>Matriz de análisis competitivo</i> | 12 |
| <i>Ventajas competitivas.....</i> | 12 |
| <i>Dinámica competitiva</i> | 12 |
| Proveedores, distribuidores y alianzas | 13 |
| <i>Proveedores.....</i> | 13 |
| <i>Distribuidores</i> | 13 |
| <i>Alianzas estratégicas.....</i> | 13 |

| | |
|---|-----------|
| Estrategias | 14 |
| <i>Análisis FODA</i> | 14 |
| <i>Objetivos estratégicos</i> | 14 |
| <i>Estrategias de entrada</i> | 14 |
| <i>Entrategias de crecimiento.....</i> | 15 |
| Plan comercial | 16 |
| <i>Servicio al cliente.....</i> | 16 |
| <i>Análisis de precios</i> | 16 |
| <i>Canales comerciales.....</i> | 17 |
| <i>Análisis de la cadena de valor</i> | 17 |
| <i>Publicidad y promociones.....</i> | 17 |
| <i>Ventas proyectadas.....</i> | 18 |
| Operaciones | 19 |
| <i>Proceso</i> | 19 |
| <i>Evolución</i> | 19 |
| <i>Stocks</i> | 19 |
| <i>Localización</i> | 20 |
| Equipo..... | 21 |
| <i>Miembros clave</i> | 21 |
| <i>Perfiles a sumar.....</i> | 21 |
| <i>Organigrama</i> | 21 |
| <i>Remuneraciones e incentivos</i> | 22 |
| <i>Colaboradores externos</i> | 22 |
| <i>Redes de contacto</i> | 22 |
| Plan financiero | 23 |
| <i>Proyecciones de base</i> | 23 |
| <i>Fuentes y usos de fondos.....</i> | 27 |
| <i>Escenario optimista.....</i> | 28 |
| <i>Escenario pesimista.....</i> | 29 |

| | |
|---|-----------|
| Oferta a inversores | 30 |
| Aanálisis de riesgos..... | 31 |
| <i>Riesgos principales</i> | <i>31</i> |
| <i>Planes de contingencia.....</i> | <i>31</i> |
| Cronograma de implementación | 32 |
| Anexos | 33 |
| <i>Anexo 1 – Proyecciones financieras detalladas.....</i> | <i>33</i> |

La empresa

Descripción del negocio

NEWPUMP es una empresa que diseña, fabrica y comercializa bombas atomizadoras para la industria cosmética Argentina.

Historia de la empresa

La idea de NEWPUNP nace en enero de 2008 a partir del desarrollo de una patente de invención para bombas atomizadoras, la cual reduce la cantidad de piezas requeridas para su fabricación. En aquel entonces, el Ingeniero Carlos Martínez, inventor y titular de la patente, decide lanzar una empresa para explotarla.

En Marzo de 2008 se suma al equipo Martín Jiménez, para aportar su experiencia en temas comerciales.

En Junio de 2008 se crea NEWPUMP SOCIEDAD ANONIMA, radicada en Argentina.

Tipo de entidad empresarial

NEWPUMP S.A. es una Sociedad Anónima radicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Estructura societaria actual

Participaciones accionarias:

- Carlos Martínez: 70%
- Martín Jiménez: 30%

Productos y servicios

Actuales

Actualmente contamos con 2 líneas de productos:

Bombas estándar



Bombas con boquilla



En ambas líneas, hay distintas presentaciones según las dimensiones.

En desarrollo

Actualmente nos encontramos trabajando en el desarrollo una spray. Estimamos tener finalizados los desarrollos para fines de 2009, estando en condiciones de iniciar la comercialización en el primer trimestre de 2010.

Mercado

Segmentos

Nuestro mercado son las empresas fabricantes de perfumes, dentro de las cuales detectamos dos segmentos.

Fabricantes de perfumes de alta calidad

Grandes marcas de perfumes, con precios finales al público superiores a USD 100. En general buscan bombas altamente confiables, ya que la incidencia en el precio final es muy baja. Requieren productos confiables dentro de las 2.000 aplicaciones.

Fabricantes de perfumes de imitación

Estas empresas fabrican perfumes que imitan a las principales marcas, y llegan al público con precios inferiores a los USD 20. Como la incidencia del costo de la bomba en el precio final es más significativa, se preocupan por conseguir un funcionamiento aceptable, a precios inferiores a los USD 2.

Tamaño

| Segmento | Cantidad de empresas* | Cantidad de bombas anuales* | Precio promedio por bomba** | Tamaño de mercado (anual) |
|--------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| Alta calidad | 25 | 2 millones de bombas anuales | USD 3,00 | USD 6 millones |
| Imitacion | 50 | 8 millones de bombas anuales | USD 1,00 | USD 8 millones |
| Total | 75 | 10 millones de bombas anuales | | USD 14 millones |

* En base al relevamiento 2008 de la Cámara Argentina de Cosmética.

** Estimaciones nuestras en base a los precios relevados de la Feria de Cosmética 2008. Ver Anexo 2.

Evolución

Creemos que el segmento de los perfumes de alta calidad crecerá al mismo ritmo que la población en los próximos años, es decir a una tasa de crecimiento del 1% anual. Esto se debe a que en los segmentos más altos de la población los perfumes se encuentran establecidos.

En cambio, esperamos tasas de crecimiento del 3% promedio anual en el segmento de perfumes de imitación para los próximos 5 años. Esto se debe a que las clases media-baja de la

población, que antes no estaba acostumbrada a usar perfumes, ahora encuentran que pueden adquirirlos a precios accesibles. En la medida que las empresas de perfumes de imitación continúen introduciéndose en canales como farmacias y supermercados, este segmento crecerá.

Competencia

Estructura

La competencia está conformada por pocas empresas, de las cuales 2 tienen una posición dominante debido a la calidad de sus productos.

Podemos diferenciar a la competencia en fabricantes locales y representantes / importadores.

| Empresa | Tipo | Alta calidad | Imitación |
|-------------------|---------------|---------------------|------------------|
| USA Pumps | Representante | 40% | 10% |
| Euro Pumps | Representante | 40% | 15% |
| Bombas Argentinas | Fabricante | 10% | 70% |
| Otros | | 10% | 5% |

Principales competidores

USA Pumps

Es una empresa con casa matriz en USA, que cuenta con una gama muy completa de productos para la industria. Se destaca por la alta calidad de sus productos, y sus precios se encuentran entre los más altos del mercado.

La empresa tiene más de 20 años en la industria, cuentan con 30 oficinas en el mundo, y a nivel global tuvieron una facturación de USD 300 millones en 2008.

Euro Pumps

Es una empresa Francesa, que cuenta con más de 50 años en el negocio. Tiene una gama muy completa de productos, de muy alta calidad. En 2008 facturaron USD 200 millones a nivel global.

Bombas Argentinas

Es una empresa Argentina con más de 10 años en el negocio, está focalizada en el mercado de imitación. Si bien la calidad de sus productos es inferior a la de USA Pumps y Euro Pumps, sus precios también son un 50% inferiores.

Tiene relaciones sólidas con las empresas más importantes de imitación del mercado Argentino, y se encuentra en un plan de expansión regional hacia Chile y Uruguay.

Es una empresa familiar, manejada por el fundador y sus hijos. Tienen aproximadamente 50 empleados.

Nuevos entrantes

Actualmente las barreras de entrada al mercado son altas, ya que los competidores se encuentran establecidos, y los servicios que ofrecen son un cuasi commodity.

Creemos que la única forma de ingresar a este mercado es con productos innovadores que mejoren significativamente la oferta de los actuales competidores.

Productos sustitutos

La alternativa es que los perfumes sean a boca abierta. Sin embargo, esto es muy poco utilizado por las empresas de perfumes, ya que hace que sus productos pierdan mucho atractivo frente a los clientes.

Evolución esperada

El entorno competitivo se encuentra muy estable hace ya más de 10 años. No han ingresado competidores que adquieran una participación superior al 3%.

Por otro lado, nosotros no tenemos conocimientos sobre la existencia de desarrollos que se traduzcan en innovaciones de los productos, mas allá de nuestra invención.

Análisis competitivo

Matriz de análisis competitivo

| Criterio de decisión del cliente | NEWPUMP | USA Pumps | Euro Pumps | Bombas Argentinas |
|---|----------------|------------------|-------------------|--------------------------|
| Calidad del producto | Alta | Muy alta | Muy alta | Media |
| Precio bomba std | \$2,30 | \$3,50 | \$3,50 | \$2,15 |
| Tiempos de entrega | 10 días | 25 días | 25 días | 15 días |

Ventajas competitivas

NEWPUMP ha diseñado y patentado un producto que requiere de una menor cantidad de piezas que la competencia, lo que implica menores costos y tiempos de producción. De cara al cliente, esto se traduce en menores precios y tiempos de entrega.

Dinámica competitiva

Al contar con una patente sobre el diseño de los productos, la competencia no podrá copiarlos. Deberán realizar sus propias innovaciones para competir con nuestros productos, aunque no son empresas que cuenten con experiencia en investigación y desarrollo, por lo que estimamos que no lanzarán innovaciones antes de los 2 años.

Proveedores, distribuidores y alianzas

Proveedores

Hay dos tipos de insumos para nuestros productos: plástico y resortes de acero.

- Plástico: se requiere plástico del tipo IDC 30. En Argentina podemos encontrar diversos proveedores, como ser Argenplast.
- Resortes de acero: se requieren resortes de acero, de los cuales en Argentina podemos encontrar en diversos proveedores. Algunos ejemplos de proveedores son Argenres.

Consideramos que no hay riesgos significativos de abastecimiento o de integración hacia delante por parte de los proveedores de nuestros insumos principales.

Distribuidores

La distribución de los productos se realizará con flota de la empresa. Estimamos que con 2 camionetas utilitarias será suficiente para cubrir las operaciones de los primeros dos años.

Alianzas estratégicas

Trabajamos con una fuerte relación con el departamento de nuevos materiales del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), ya que nuestro Director de Operaciones cuenta con más de 20 años de trabajo en dicha institución.

Esta alianza nos permite estar a la vanguardia en cuanto a los materiales que utilizamos en nuestros productos.

Estrategias

Análisis FODA

| | |
|---------------|---|
| Oportunidades | <ul style="list-style-type: none">▪ Crecen los usuarios de perfumes con la llegada de los productos de imitación, más accesibles a niveles socioeconómicos medio-bajo. |
| Amenazas | <ul style="list-style-type: none">▪ Los fabricantes locales de perfumes son PYMEs que se encuentran sujetas a la competencia con grandes empresas internacionales. De caer las ventas de las PYMEs locales, cae la demanda de nuestros productos. |
| Fortalezas | <ul style="list-style-type: none">▪ Producto patentado, con ventajas en costos y tiempos de fabricación.▪ Alianza con INTI. |
| Debilidades | <ul style="list-style-type: none">▪ Empresa nueva, sin una base de clientes desarrollada.▪ Cetera de productos pequeña en comparación con los principales competidores. |

Objetivos estratégicos

- Lograr ventas de más de 100.000 bombas anuales para el 2012.
- Abrir los mercados de Chile, Uruguay y Paraguay, con un peso del 30% en la facturación total de la empresa para el 2012.
- Lanzar una nueva innovación en sprays para mediados de 2010.

Estrategias de entrada

Nuestra intención es focalizarnos en las empresas de perfumes, tanto de alta calidad como de imitación, ya que es un mercado con varios pequeños jugadores, a los cuales les podemos acercar una oferta superadora a la de nuestros competidores.

Contamos con un listado de más de 10 empresas de alta calidad y 30 empresas de imitación, desarrollado en la Feria de Cosmética 2008.

Entrategias de crecimiento

La estrategia de crecimiento es a través del desarrollo de nuevos mercados, nuevos países y de nuevos productos.

Nuevos mercados

En 2011 pensamos ingresar al mercado de productos de limpieza. Al ser un mercado dominado por grandes compañías multinacionales, necesitamos contar con nuestra planta de producción certificada, así como también con una capacidad de producción acorde a la demanda de estos clientes.

Nuevos países

Para el año 2010 planeamos ingresar a Chile y Uruguay; y para el 2012 en Paraguay.

Nuevos productos

Actualmente nos encontramos desarrollando, con asistencia del INTI, un diseño innovador de spray. Estimamos tener una patente sobre este diseño para fines de 2009.

Plan comercial

Servicio al cliente

El departamento comercial se encargará del vínculo con los clientes, y canalizará sus pedidos y reclamos dentro de la empresa.

Análisis de precios

Precios

Precios de lista:

- Bomba estándar: \$ 2,30.
- Bomba con boquilla: \$ 2,80.

Descuentos por volumen:

- 10% para compras superiores a las 10.000 bombas anuales.
- 15% para compras superiores a las 50.000 bombas anuales.

Hemos establecido estos precios para estar posicionados como productos de alta calidad a precios inferiores a los líderes del mercado. Esto compensa el hecho de que nuestra empresa no sea reconocida aún en el mercado, e incentiva a los clientes a probarnos.

Análisis comparativo

| Empresa | Bombas estándar | Bombas con boquilla |
|-------------------|-----------------|---------------------|
| NEWPUMP | \$ 2,30 | \$ 2,80 |
| USA Pumps | \$ 3,50 | \$ 4,00 |
| Euro Pumps | \$ 3,50 | \$ 4,00 |
| Bombas Argentinas | \$ 2,15 | \$ 2,70 |

Canales comerciales

Los clientes podrán contactarnos por vía telefónica, vía email, o en nuestras oficinas situadas en el microcentro de la Ciudad de Buenos Aires. En caso de que sea un nuevo cliente, le enviaremos un vendedor. Si fuese un cliente recurrente, los pedidos podrán ser realizados vía email directamente.

Análisis de la cadena de valor

Cadena de valor

| | | | |
|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Empresas proveedoras de plásticos.• Fabricantes de resortes | <ul style="list-style-type: none">• Fabricantes de bombas.• Representantes / importadores de bombas. | <ul style="list-style-type: none">• Empresas fabricantes de perfumes. | <ul style="list-style-type: none">• Consumidor final. |
|--|---|---|---|

Márgenes y comisiones

A continuación se presentan los precios a los que cada actor de la cadena de vende al siguiente.

| Bomba | Empresas proveedoras de plásticos. Fabricantes de resortes | Fabricantes de bombas. Representantes / importadores de bombas. | Empresas fabricantes de perfumes. |
|-------------------|---|--|-----------------------------------|
| Estándar | Plástico: \$ 0,50 Resorte: \$ 0,30 | \$ 2,30 | \$ 70 - \$ 700 |
| Con boquilla | Plástico: \$ 0,70 Resorte: \$ 0,30 | \$ 2,80 | \$ 70 - \$ 700 |
| Márgenes promedio | Plástico: 15% Resorte: 35% | 40% | 100% |

Publicidad y promociones

Nuestras acciones comerciales comprenden la presencia en las principales ferias del sector y publicidad en revistas del sector.

Ventas proyectadas

Se consiguen 2 clientes de imitación en el primer año, y se llega a 5 clientes al quinto año. Además, las compras mensuales promedio por cliente pasan de 2.000 en el primer año a 12.000 para el quinto año.

| INGRESOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Unidades | 0 | 60.000 | 120.000 | 300.000 | 500.000 |
| Precio Por Unidad | \$0,00 | \$3,50 | \$3,50 | \$3,50 | \$3,50 |
| Ingresos Spray | \$0 | \$210.000 | \$420.000 | \$1.050.000 | \$1.750.000 |
| Unidades | 24.000 | 120.000 | 250.000 | 350.000 | 500.000 |
| Precio Por Unidad | \$2,80 | \$2,80 | \$2,80 | \$2,80 | \$2,80 |
| Ingresos Bomba c boquilla | \$67.200 | \$336.000 | \$700.000 | \$980.000 | \$1.400.000 |
| Unidades | 48.000 | 240.000 | 350.000 | 550.000 | 700.000 |
| Precio Por Unidad | \$2,30 | \$2,30 | \$2,30 | \$2,30 | \$2,30 |
| Ingresos Bomba estandar | \$110.400 | \$552.000 | \$805.000 | \$1.265.000 | \$1.610.000 |
| INGRESOS TOTALES | \$ 177.600 | \$ 1.098.000 | \$ 1.925.000 | \$ 3.295.000 | \$ 4.760.000 |

Operaciones

Proceso

| Etapa | Operarios | Máquinas | Tiempos | Capacidad actual |
|----------|---|---------------|--|------------------------|
| Moldeado | 1 | 4 Moldeadoras | 1 operario puede utilizar simultaneamente hasta 5 moldeadoras, y cada una de ellas moldea hasta 4.000 piezas diarias. Se requiere de 30 minutos para cambiar moldes. | 16.000 piezas diarias. |
| Armado | 1 operario para las tareas de armado y empaque. | Ensambladora | 1 operario puede armar 20 bombas por minuto, ensamblando las 8 piezas en las que se compone. | 7.200 bombas por día. |
| Empaque | 1 operario para las tareas de armado y empaque. | Empacadora | 1 operario puede empacar una caja de 100 bombas en 1 minuto. | 36.000 bombas por día. |

En promedio se necesitan fabricar 1.700 bombas diarias en el año 1, lo que implica moldear 13.600 piezas diarias.

El cuello de botella se encuentra en el moldeado, y para ampliar la capacidad se requiere sumar moldeadoras.

Evolución

Nuestra intención es acompañar el crecimiento agregando operarios o maquinarias, según corresponda.

Stocks

La empresa tiene una política de mantener stocks para 30 días de operaciones, e ir reduciendo este plazo en la medida que avancemos en la curva de aprendizaje de nuestros procesos operativos.

Localización

La empresa estará localizada en la localidad de San Miguel, Provincia de Buenos Aires. Allí podemos encontrar la infraestructura necesaria: accesos, disponibilidad de mano de obra, telecomunicaciones, servicios, etc.

Equipo

Miembros clave

Carlos Martínez

En 1985 Carlos fundó una empresa de envases plásticos, y fue su Gerente Genral hasta venderla en Noviembre de 2007 a un grupo Brsilero. Al momento de la venta, la empresa tenía ventas anualizadas por USD 2MM, con beneficios antes de impuestos e intereses del 24%.

Previo a tener su empresa, Carlos ocupó cargos gerenciales en áreas comerciales de PYMES de la industria del envase.

Carlos tiene 48 años y es Ingeniero Industrial.

Martín Jiménez

Martín es Ingeniero Mecánico, especializado en plásticos. Trabajó como Gerente de Investigación y Desarrollo para una compañía multinacional de envases. Desde allí lideró el lanzamiento de más de 15 envases que hoy son utilizados por distintas empresas de consumo masivo, y además asesoró a más de 5 empresas clientas en el diseño e implementación de sus procesos productivos.

Martín cuenta con una larga historia de vinculación con el INTI, con quienes colaboró en el desarrollo de distintas innovaciones en materiales y procesos productivos.

Perfiles a sumar

Consideramos importante sumar un CFO en el segundo año de operaciones de la empresa, si es que las proyecciones se cumplen. Por el momento será Carlos quien se ocupe de estos temas.

Organigrama

- Gerencia General (Carlos Martínez)
 - Gerencia Comercial (Carlos Martínez)
 - Gerencia de Operaciones y Calidad (Martín Jiménez)
 - Gerencia de Investigación y Desarrollo (Martín Jiménez)
 - Gerencia de Administración y Finanzas (Carlos Martínez)

En la medida que el negocio vaya creciendo, se irá incorporando gente que pueda hacerse cargo de algunas de las gerencias en cuestión.

Remuneraciones e incentivos

Se asignarán remuneraciones de mercado, a definir junto con una consultora de RRHH.

Para los cargos gerenciales habrá una política de sueldos variables en función de resultados.

Colaboradores externos

Investigación y desarrollo

- INTI: Instituto Nacional de Tecnología Industrial.
- Cámara Argentina del Envase.

Servicios profesionales

- Estudio Pérez y Asociados - Asesores Jurídicos.
- Estudio Gómez y Asociados - Asesores contables e impositivos.

Redes de contacto

Carlos Martínez pertenece a la Asociación de Graduados de la Universidad de San José, la cual nuclea a más de 10.000 profesionales.

Martín Jiménez es miembro de la Comisión Directiva de la Cámara Argentina del Envase.

Plan financiero

Proyecciones de base

| Escenario | Base | Optimista | Pesimista |
|--------------------------------------|--------------|------------------|------------------|
| Facturación año 5 | \$ 4.760.000 | \$ 5.680.000 | \$ 2.635.000 |
| EBITDA / Facturación año 5 | 46% | 50% | 34% |
| TIR Flujo de fondos libre años 1 a 5 | 34% | 59% | 5% |
| Período de recupero simple | Año 3 | Mes 24 | Año 4 |
| Máxima exposición de caja | -\$ 535.488 | -\$ 506.791 | -\$ 573.171 |
| Plazo para break even | Mes 23 | Mes 23 | Mes 23 |

| FLUJO DE FONDOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|-------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| Ventas | \$177.600 | \$1.098.000 | \$1.925.000 | \$3.295.000 | \$4.760.000 |
| Insumos | -\$62.400 | -\$378.000 | -\$662.000 | -\$1.120.000 | -\$1.610.000 |
| Otros Costos Variables | -\$8.880 | -\$54.900 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Costos Variables | -\$71.280 | -\$432.900 | -\$662.000 | -\$1.120.000 | -\$1.610.000 |
| Sueldos y cargas sociales | -\$330.000 | -\$375.000 | -\$872.500 | -\$872.500 | -\$872.500 |
| Gastos Start Up | -\$10.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Gastos Operaciones | -\$3.600 | -\$4.440 | -\$370 | -\$370 | -\$370 |
| Gastos Comerciales | -\$24.000 | -\$36.000 | -\$50.000 | -\$50.000 | -\$50.000 |
| Gastos Administrativos | -\$49.800 | -\$52.200 | -\$57.800 | -\$57.800 | -\$57.800 |
| Costos fijos | -\$417.400 | -\$467.640 | -\$980.670 | -\$980.670 | -\$980.670 |
| Ingresos brutos | -\$5.328 | -\$32.940 | -\$57.750 | -\$98.850 | -\$142.800 |
| Ganancias | \$0 | \$0 | -\$18.748 | -\$380.889 | -\$706.757 |
| Impuestos | -\$5.328 | -\$32.940 | -\$76.498 | -\$479.739 | -\$849.557 |
| Fondos generados por operaciones | -\$316.408 | \$164.520 | \$205.832 | \$714.591 | \$1.319.773 |
| Variación créditos comerciales | -\$29.600 | -\$153.400 | -\$137.833 | -\$228.333 | -\$244.167 |
| Variación deudas comerciales | \$3.000 | \$17.000 | \$41.000 | \$45.667 | \$46.667 |
| Variación crédito fiscal IVA | -\$9.677 | \$9.677 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Variación de stocks | -\$5.200 | -\$15.800 | -\$6.583 | -\$19.083 | -\$20.417 |
| Inversión en capital de trabajo | -\$41.477 | -\$142.523 | -\$103.417 | -\$201.750 | -\$217.917 |
| Maquinaria | -\$65.000 | -\$10.000 | -\$10.000 | \$0 | \$0 |
| Inversión en activos fijos | -\$65.000 | -\$10.000 | -\$10.000 | \$0 | \$0 |
| Flujo de fondos libre | -\$422.885 | \$11.997 | \$92.415 | \$512.841 | \$1.101.857 |
| Acumulado | -\$422.885 | -\$410.888 | -\$318.473 | \$194.368 | \$1.296.224 |
| Aumentos / reducciones de capital | \$450.000 | \$150.000 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Dividendos | \$0 | \$0 | -\$200.000 | -\$400.000 | -\$600.000 |
| Flujo de fondos del equity | \$450.000 | \$150.000 | -\$200.000 | -\$400.000 | -\$600.000 |
| Capital | \$0 | \$0 | \$100.000 | \$0 | \$0 |
| Intereses | \$0 | \$0 | -\$20.000 | -\$20.000 | -\$20.000 |
| Escudo fiscal | \$0 | \$0 | \$7.000 | \$7.000 | \$7.000 |
| Deuda corto plazo | \$0 | \$0 | \$87.000 | -\$13.000 | -\$13.000 |
| Capital | \$0 | \$0 | \$0 | \$200.000 | \$0 |
| Intereses | \$0 | \$0 | \$0 | -\$25.000 | -\$25.000 |
| Escudo fiscal | \$0 | \$0 | \$0 | \$8.750 | \$8.750 |
| Deuda largo plazo | \$0 | \$0 | \$0 | \$183.750 | -\$16.250 |
| Flujo de fondos de la deuda | \$0 | \$0 | \$87.000 | \$170.750 | -\$29.250 |
| Flujo de fondos del negocio | \$27.115 | \$161.997 | -\$20.585 | \$283.591 | \$472.607 |
| Acumulado | \$27.115 | \$189.112 | \$168.527 | \$452.118 | \$924.724 |

| ESTADOS CONTABLES | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|

ESTADO DE RESULTADOS

| | | | | | |
|-----------------------|--------------------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Ventas | \$ 177.600 | \$ 1.098.000 | \$ 1.925.000 | \$ 3.295.000 | \$ 4.760.000 |
| Costos variables | -\$ 71.280 | -\$ 432.900 | -\$ 662.000 | -\$ 1.120.000 | -\$ 1.610.000 |
| Margen bruto | \$ 106.320 | \$ 665.100 | \$ 1.263.000 | \$ 2.175.000 | \$ 3.150.000 |
| Costos fijos | -\$ 417.400 | -\$ 467.640 | -\$ 980.670 | -\$ 980.670 | -\$ 980.670 |
| EBITDA | -\$ 311.080 | \$ 197.460 | \$ 282.330 | \$ 1.194.330 | \$ 2.169.330 |
| Amortizaciones | -\$ 5.525 | -\$ 6.375 | -\$ 7.225 | -\$ 7.225 | -\$ 7.225 |
| Intereses financieros | \$ 0 | \$ 0 | -\$ 20.000 | -\$ 45.000 | -\$ 45.000 |
| Impuestos | -\$ 5.328 | -\$ 32.940 | -\$ 69.498 | -\$ 463.989 | -\$ 833.807 |
| Beneficio neto | -\$ 321.933 | \$ 158.145 | \$ 185.607 | \$ 678.116 | \$ 1.283.298 |

BALANCE

| | | | | | |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| Disponibilidades | \$ 27.115 | \$ 189.112 | \$ 168.527 | \$ 452.118 | \$ 924.724 |
| Creditos comerciales | \$ 29.600 | \$ 183.000 | \$ 320.833 | \$ 549.167 | \$ 793.333 |
| Creditos fiscales | \$ 9.677 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Stocks | \$ 5.200 | \$ 21.000 | \$ 27.583 | \$ 46.667 | \$ 67.083 |
| Activo corriente | \$ 71.592 | \$ 393.112 | \$ 516.944 | \$ 1.047.951 | \$ 1.785.141 |
| Activos fijos | \$ 65.000 | \$ 75.000 | \$ 85.000 | \$ 85.000 | \$ 85.000 |
| Amortizaciones acumuladas | -\$ 5.525 | -\$ 11.900 | -\$ 19.125 | -\$ 26.350 | -\$ 33.575 |
| Activo no corriente | \$ 59.475 | \$ 63.100 | \$ 65.875 | \$ 58.650 | \$ 51.425 |
| ACTIVO | \$ 131.067 | \$ 456.212 | \$ 582.819 | \$ 1.106.601 | \$ 1.836.566 |

| | | | | | |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| Deudas comerciales | \$ 3.000 | \$ 20.000 | \$ 61.000 | \$ 106.667 | \$ 153.333 |
| Deudas financieras corto plazo | \$ 0 | \$ 0 | \$ 100.000 | \$ 100.000 | \$ 100.000 |
| Pasivo corriente | \$ 3.000 | \$ 20.000 | \$ 161.000 | \$ 206.667 | \$ 253.333 |
| Deudas financieras largo plazo | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 200.000 | \$ 200.000 |
| Pasivo no corriente | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 200.000 | \$ 200.000 |
| Capital | \$ 450.000 | \$ 600.000 | \$ 600.000 | \$ 600.000 | \$ 600.000 |
| Resultados acumulados | -\$ 321.933 | -\$ 163.788 | \$ 21.819 | \$ 699.934 | \$ 1.983.233 |
| Dividendos acumulados | \$ 0 | \$ 0 | -\$ 200.000 | -\$ 600.000 | -\$ 1.200.000 |
| Patrimonio neto | \$ 128.067 | \$ 436.212 | \$ 421.819 | \$ 699.934 | \$ 1.383.233 |
| PASIVO + PATRIMONIO | \$ 131.067 | \$ 456.212 | \$ 582.819 | \$ 1.106.601 | \$ 1.836.566 |

| INDICES | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | USA Pumps |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-----------|
| INDICES DE RENTABILIDAD | | | | | | |
| Rentabilidad sobre patrimonio neto (ROE) | -251% | 36% | 44% | 97% | 93% | 20% |
| Rentabilidad sobre activos (ROA) | -246% | 35% | 32% | 61% | 70% | 67% |
| Beneficio neto / Ventas | -181% | 14% | 10% | 21% | 27% | 7% |
| EBITDA / Ventas | -175% | 18% | 15% | 36% | 46% | 17% |
| INDICES OPERATIVOS | | | | | | |
| Días promedio de cobranza | 60,0 | 60,0 | 60,0 | 60,0 | 60,0 | 24,0 |
| Días promedio de pago | 2,2 | 8,0 | 13,4 | 18,3 | 21,3 | 18,0 |
| Días promedio de stock | 30,0 | 20,0 | 15,0 | 15,0 | 15,0 | 36,0 |
| Disponibilidades / Activo | 21% | 41% | 29% | 41% | 50% | 3% |
| INDICES DE ENDEUDAMIENTO | | | | | | |
| Deuda financiera / Activos | 0% | 0% | 17% | 27% | 16% | 13% |
| Deuda financiera de corto plazo / deuda financiera total | - | - | 100% | 33% | 33% | 50% |

Fuentes y usos de fondos

| FUENTES Y USOS DE FONDOS | Máxima exposición | Mes 14 |
|----------------------------------|--------------------------|---------------|
| Fondos generados por operaciones | -\$ 276,488 | 52% |
| Inversion en capital de trabajo | -\$ 184,000 | 34% |
| Inversion en activos fijos | -\$ 75,000 | 14% |
| Flujo de fondos libre | -\$ 535,488 | 100% |
| Flujo de fondos del equity | \$ 600,000 | -112% |

Los fondos serán utilizados para:

- Operaciones (sueldos principalmente): 52%
- Capital de trabajo (créditos comerciales y fiscales principalmente): 34%
- Activos fijos (maquinaria): 14%

Escenario optimista

Estimamos ventas entre un 80% y 100% superiores a las del escenario neutro, con precios un 30% superiores.

Esto se podría dar si la aceptación de nuestros productos fuese superior a la estimada.

| FLUJO DE FONDOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|-------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| Ventas | \$280.800 | \$1.614.000 | \$2.510.000 | \$4.075.000 | \$5.680.000 |
| Insumos | -\$93.600 | -\$534.000 | -\$832.000 | -\$1.350.000 | -\$1.870.000 |
| Otros Costos Variables | -\$14.040 | -\$80.700 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Costos Variables | -\$107.640 | -\$614.700 | -\$832.000 | -\$1.350.000 | -\$1.870.000 |
| Sueldos y cargas sociales | -\$330.000 | -\$375.000 | -\$872.500 | -\$872.500 | -\$872.500 |
| Gastos Start Up | -\$10.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Gastos Operaciones | -\$3.600 | -\$4.440 | -\$370 | -\$370 | -\$370 |
| Gastos Comerciales | -\$24.000 | -\$36.000 | -\$50.000 | -\$50.000 | -\$50.000 |
| Gastos Administrativos | -\$49.800 | -\$52.200 | -\$57.800 | -\$57.800 | -\$57.800 |
| Costos fijos | -\$417.400 | -\$467.640 | -\$980.670 | -\$980.670 | -\$980.670 |
| Ingresos brutos | -\$8.424 | -\$48.420 | -\$75.300 | -\$122.250 | -\$170.400 |
| Ganancias | \$0 | -\$86.691 | -\$205.028 | -\$565.199 | -\$928.097 |
| Impuestos | -\$8.424 | -\$135.111 | -\$280.328 | -\$687.449 | -\$1.098.497 |
| Fondos generados por operaciones | -\$252.664 | \$396.549 | \$417.002 | \$1.056.881 | \$1.730.833 |
| Variación créditos comerciales | -\$46.800 | -\$222.200 | -\$149.333 | -\$260.833 | -\$267.500 |
| Variación deudas comerciales | \$3.000 | \$23.500 | \$49.500 | \$46.500 | \$52.500 |
| Variación crédito fiscal IVA | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Variación de stocks | -\$7.800 | -\$21.867 | -\$5.000 | -\$21.583 | -\$21.667 |
| Inversión en capital de trabajo | -\$51.600 | -\$220.567 | -\$104.833 | -\$235.917 | -\$236.667 |
| Maquinaria | -\$65.000 | -\$10.000 | -\$10.000 | \$0 | \$0 |
| Inversión en activos fijos | -\$65.000 | -\$10.000 | -\$10.000 | \$0 | \$0 |
| Flujo de fondos libre | -\$369.264 | \$165.983 | \$302.169 | \$820.964 | \$1.494.167 |
| Acumulado | -\$369.264 | -\$203.281 | \$98.888 | \$919.852 | \$2.414.018 |
| Aumentos / reducciones de capital | \$450.000 | \$150.000 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Dividendos | \$0 | \$0 | -\$200.000 | -\$400.000 | -\$600.000 |
| Flujo de fondos del equity | \$450.000 | \$150.000 | -\$200.000 | -\$400.000 | -\$600.000 |
| Capital | \$0 | \$0 | \$100.000 | \$0 | \$0 |
| Intereses | \$0 | \$0 | -\$20.000 | -\$20.000 | -\$20.000 |
| Escudo fiscal | \$0 | \$0 | \$7.000 | \$7.000 | \$7.000 |
| Deuda corto plazo | \$0 | \$0 | \$87.000 | -\$13.000 | -\$13.000 |
| Capital | \$0 | \$0 | \$0 | \$200.000 | \$0 |
| Intereses | \$0 | \$0 | \$0 | -\$25.000 | -\$25.000 |
| Escudo fiscal | \$0 | \$0 | \$0 | \$8.750 | \$8.750 |
| Deuda largo plazo | \$0 | \$0 | \$0 | \$183.750 | -\$16.250 |
| Flujo de fondos de la deuda | \$0 | \$0 | \$87.000 | \$170.750 | -\$29.250 |
| Flujo de fondos del negocio | \$80.736 | \$315.983 | \$189.169 | \$591.714 | \$864.917 |
| Acumulado | \$80.736 | \$396.719 | \$585.888 | \$1.177.602 | \$2.042.518 |

Escenario pesimista

Estimamos ventas un 50% inferiores a las del escenario neutro y precios iguales al escenario neutro. Además, hay una menor plantilla de operarios y vendedores, y se compra una moldeadora menos.

Por los pilotos comerciales que hemos realizado, creemos que este escenario es de baja probabilidad.

| FLUJO DE FONDOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Ventas | \$88.800 | \$687.000 | \$1.275.000 | \$1.775.000 | \$2.635.000 |
| Insumos | -\$31.200 | -\$237.000 | -\$438.000 | -\$605.000 | -\$895.000 |
| Otros Costos Variables | -\$4.440 | -\$34.350 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Costos Variables | -\$35.640 | -\$271.350 | -\$438.000 | -\$605.000 | -\$895.000 |
| Sueldos y cargas sociales | -\$330.000 | -\$330.000 | -\$470.000 | -\$740.000 | -\$740.000 |
| Gastos Start Up | -\$10.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Gastos Operaciones | -\$3.600 | -\$4.440 | -\$370 | -\$370 | -\$370 |
| Gastos Comerciales | -\$24.000 | -\$36.000 | -\$50.000 | -\$50.000 | -\$50.000 |
| Gastos Administrativos | -\$49.800 | -\$52.200 | -\$57.800 | -\$57.800 | -\$57.800 |
| Costos fijos | -\$417.400 | -\$422.640 | -\$578.170 | -\$848.170 | -\$848.170 |
| Ingresos brutos | -\$2.664 | -\$20.610 | -\$38.250 | -\$53.250 | -\$79.050 |
| Ganancias | \$0 | \$0 | \$0 | -\$24.800 | -\$282.242 |
| Impuestos | -\$2.664 | -\$20.610 | -\$38.250 | -\$78.050 | -\$361.292 |
| Fondos generados por operaciones | -\$366.904 | -\$27.600 | \$220.580 | \$243.780 | \$530.538 |
| Variación créditos comerciales | -\$14.800 | -\$99.700 | -\$98.000 | -\$83.333 | -\$143.333 |
| Variación deudas comerciales | \$3.000 | \$11.000 | \$28.333 | \$16.000 | \$26.667 |
| Variación crédito fiscal IVA | -\$20.840 | \$20.840 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Variación de stocks | -\$2.600 | -\$10.567 | -\$5.083 | -\$6.958 | -\$12.083 |
| Inversión en capital de trabajo | -\$35.240 | -\$78.426 | -\$74.750 | -\$74.292 | -\$128.750 |
| Maquinaria | -\$65.000 | \$0 | -\$10.000 | \$0 | \$0 |
| Inversión en activos fijos | -\$65.000 | \$0 | -\$10.000 | \$0 | \$0 |
| Flujo de fondos libre | -\$467.144 | -\$106.026 | \$135.830 | \$169.489 | \$401.788 |
| Acumulado | -\$467.144 | -\$573.171 | -\$437.341 | -\$267.852 | \$133.936 |
| Aumentos / reducciones de capital | \$450.000 | \$150.000 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Dividendos | \$0 | \$0 | -\$200.000 | -\$400.000 | -\$600.000 |
| Flujo de fondos del equity | \$450.000 | \$150.000 | -\$200.000 | -\$400.000 | -\$600.000 |
| Capital | \$0 | \$0 | \$100.000 | \$0 | \$0 |
| Intereses | \$0 | \$0 | -\$20.000 | -\$20.000 | -\$20.000 |
| Escudo fiscal | \$0 | \$0 | \$7.000 | \$7.000 | \$7.000 |
| Deuda corto plazo | \$0 | \$0 | \$87.000 | -\$13.000 | -\$13.000 |
| Capital | \$0 | \$0 | \$0 | \$200.000 | \$0 |
| Intereses | \$0 | \$0 | \$0 | -\$25.000 | -\$25.000 |
| Escudo fiscal | \$0 | \$0 | \$0 | \$8.750 | \$8.750 |
| Deuda largo plazo | \$0 | \$0 | \$0 | \$183.750 | -\$16.250 |
| Flujo de fondos de la deuda | \$0 | \$0 | \$87.000 | \$170.750 | -\$29.250 |
| Flujo de fondos del negocio | -\$17.144 | \$43.974 | \$22.830 | -\$59.761 | -\$227.462 |
| Acumulado | -\$17.144 | \$26.829 | \$49.659 | -\$10.102 | -\$237.564 |

Oferta a inversores

Estamos en la búsqueda de una inversión de \$ 600.000, de los cuales \$ 450.000 se utilizarían en el primer año, y \$ 150.000 en el segundo.

Por esta inversión entregaremos 4.380 acciones preferidas, representativas del 26,8% de la empresa. Estas acciones tendrán preferencias en:

- Distribución de dividendos, hasta recuperar la inversión.
- Una silla en el directorio.
- Veto en decisiones relativas a la elección del CEO y a nuevos aumentos de capital. Estas preferencias de veto caerán una vez que se hubiera recuperado el capital invertido.

Además, a partir del tercer año se proyecta acceder a deuda, tanto de largo como de corto plazo. La deuda de corto será para ofrecer plazos de pago a los clientes, y la de largo será para la adquisición de tecnología.

Aanálisis de riesgos

Riesgos principales

Copia por parte de la competencia Hay un riesgo en que nuestros competidores copien nuestro producto, el cual se encuentra protegido por una patente. Por ello es que estaremos monitoreando sus acciones, e iniciaremos acciones legales si vemos que esto ocurre.

Calidad de productos Al no haber fabricado todavía, corremos el riesgo de demorar más tiempo que el previsto en la instalación y puesta en marcha de nuestra fábrica. Para mitigar este riesgo, iniciaremos tercerizando procesos críticos de fabricación.

Planes de contingencia

En caso de no poder iniciar las operaciones en los tiempos planeados, hemos analizado la posibilidad de realizar el 100% de la fabricación del primer año con un proveedor de plásticos, quien cuenta con la maquinaria necesaria.

Esto implicaría costos un 20% superiores a las del plan.

Cronograma de implementación

| Tarea | Fecha límite | Responsable |
|---|--------------|-------------|
| Cierre ronda de inversion | 30 feb 2009 | Carlos |
| Instalacion y puesta a punto de las instalaciones de produccion | 30 abr 2009 | Martín |
| Habilitaciones | 30 abr 2009 | Martín |
| Contactos con clientes potenciales | 30 may 2009 | Carlos |

Anexos

Anexo 1 - Proyecciones financieras detalladas