



Universidad de San Andrés

Escuela de Negocios

Maestría en Administración de Negocios

Beans Capital

Alumno: Groos Gaston Nicolas

DNI: 35.674.786

Tutor: Hernán Secreto



Escuela de Negocios

Maestría en Administración de Negocios



Alumno: Groos Gaston Nicolas

DNI: 35.674.786

Tutor: Hernán Secreto

Resumen ejecutivo

En este mundo tan desigual existen países con políticas económicas y realidades muy distintas. Alrededor del 26% de la población mundial vive en países con economías emergentes. Estos países se caracterizan por ser economías menos ordenados, con grandes barreras de acceso a la vivienda propia para su población. Si nos enfocamos en Argentina claro está lo difícil que es para la clases media y media baja ahorrar para alcanzar a comprar una vivienda. La escasa oferta de créditos hipotecarios hace que las barreras de acceso sean muy elevadas.

De este problema surge BEANS CAPITAL como la solución mediante la democratización de inversiones inmobiliarias. Mediante la compra de propiedades en etapa temprana y su posterior venta terminada busca generar rendimientos mediante la suma masivas de micro inversiones de ahorristas. A través del acompañamiento y educación financiera de nuestros clientes buscamos ayudarlos a generar ganancias reales de sus ahorros con el propósito de llegar a comprar la primera vivienda.

Basándonos en los avances de la tecnología e innovación desarrollamos herramientas que nos permiten la mayor eficiencia y seguridad para lograr hacer rentable este modelo de negocios llegando a cualquier persona con capacidad de ahorro. Mediante la emisión de tokens como respaldo de un porcentaje de un inmueble logramos darle el marco legal y de seguridad que nuestros clientes necesitan.

Como entendemos que cada persona vive realidades totalmente distintas, niveles de educación, clase social, aspiraciones, es que creamos comunidad Beans para acompañar a quienes lo necesitan y brindar beneficios a medida para hacer que nuestros inversores se sientan a gusto invirtiendo con nosotros.

BEANS CAPITAL llega al mercado como una solución que atiende cada necesidad de millones de personas generando un modelo de negocio exitoso y de escalabilidad global.

Índice

1. Agradecimientos	5
2. Necesidad y/o problema	6
3. Oportunidad de negocio	7
4. Marcos conceptuales y Herramientas de Managment utilizadas	9
5. El Cliente (mercado Objetivo)	11
5.1. Arquetipo de Cliente	11
5.2. Mapa de Empatía	13
5.3. Propuesta de valor	16
5.4. Value Proposition Canvas	17
6. BEANS CAPITAL	19
7. Diferenciación y ventaja competitiva	20
8. Modelo de negocios - Business Canvas Model	21
9. Funcionalidades - Servicios	23
10. Minimun Viable Product (MVP)	24
10.1. Validación de propuesta de valor	25
10.2. Conclusiones obtenidas	25
11. El Tamaño de la oportunidad, la competencia, el contexto y la industria	26
11.1. Industria (tamaño del mercado potencial) TAM SAM SOM.....	26
11.2. Competidores	27
11.3. FODA	28
11.4. Análisis Pestel	28
11.5. 5 fuerzas de Porter	32
12. Go to Market	34

12.1. Plan de Marketing.....	35
12.2. Funnel de ventas	36
12.3. Customer journey map	38
13. Recursos, procesos y plan operativo del negocio.....	39
13.1. Recursos Clave	39
13.2. Actividades Clave.....	39
13.3. Procesos	40
13.4. Implementación	41
14. Equipo Emprendedor	42
15. Resultados Económicos-Financieros y requerimientos de inversión.....	43
15.1. Contexto Macro	43
15.2. Contexto Micro	44
15.3. Inversión inicial	47
15.4. Punto de equilibrio.....	47
15.5. Principales drivers del modelo económico.....	49
15.6. Cuadro de resultados.....	49
15.7. Flujo de fondos del proyecto	50
15.8. Sensibilidad del proyecto	52
16. Aspectos legales y regulatorios	54
17. Bibliografía.....	57
18. Anexos	59

1. Agradecimientos

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mi familia por su apoyo constante a lo largo de estos dos intensos años; a mis compañeros, que fueron mi sostén en los momentos más difíciles de la maestría, principalmente a mi grupo siempre presente. También quiero agradecer a mi compañero del Demo Day, Gonzalo Rosado, mi compañero de esta gran aventura, cuyo papel ha sido esencial en la realización del trabajo.

Un reconocimiento especial a mi Mentor de tesis, Hernán Secreto, por su guía durante todo el proceso, ayudándome e inspirándome a seguir adelante hasta alcanzar el objetivo. También quiero agradecer a mi compañero del Demo Day, Gonzalo Rosado, mi compañero de esta gran aventura, cuyo papel ha sido esencial en la realización del trabajo.

Finalmente, agradezco a toda la Comunidad San Andrés, por hacer que la Maestría Executive MBA sostenga estándares de excelencia académica, lo cual me hace sentir muy orgulloso como alumno.

Universidad de
San Andrés

2. Necesidad y/o problema

En el presente existe una desconexión total entre la clase trabajadora y las aspiraciones de la casa propia. Una persona de clase media necesita ahorrar 60 años para llegar a juntar el capital necesario para comprar un departamento de dos ambientes. En la actualidad, solo en la Ciudad de Buenos Aires, el 45% de la población vive en una casa que no es propia. Las posibilidades de alcanzar ese sueño son casi nulas para la base de la pirámide.

Durante el año vigente comenzaron a publicarse, luego de 20 años, los primeros créditos hipotecarios, pero a la fecha no son más que publicaciones que no se terminan de oficializar y las condiciones para el otorgamiento son tan selectivas que son muy pocas las familias aptas para tomar este beneficio.

Al mismo tiempo existe una ignorancia financiera muy grande en este segmento. Las personas ahorran con los medios que tienen a su alcance, compra de dólares, realizan plazos fijos, instrumentos que les permite cubrirse de la inflación. Un porcentaje mucho menor se aventura en el mercado de capitales local. También están quienes prueban con criptomonedas. Si tan solo tuvieran una mayor educación financiera sabrían que existen diversas formas de generar intereses en dólares con sus ahorros inmovilizados y podrían acortar las distancias de tiempo para ahorrar para la casa propia.

Está claro que las posibilidades de compra para este segmento no existen, sus necesidades están desatendidas y el volumen de esta población es muy grande.

Por otro lado, nos encontramos en un contexto país en el cual, a diferencia de las grandes economías del mundo, la industria del Real Estate se encuentra financiada enteramente por capital privado. Hace más de 30 años que no existe el crédito intermedio a empresas desarrolladoras. Hoy en día los proyectos se financian a través de capitales privados y preventas a bajo precio durante el transcurso de la obra. La falta de herramientas financieras es un gran limitante de crecimiento de la industria.

3. Oportunidad de negocio

En Argentina el 42% de la población pertenece a la clase media/media alta. 12,9 millones de personas son trabajadores, en diferentes escalas, pequeños ahorristas, que debido al desconocimiento, poca educación y falta de opciones terminan cayendo en formas poco rentables de resguardar sus ahorros. Hoy en día esta porción de la población maneja anualmente 500 millones de dólares en ahorros de manera poco eficiente y muchos de ellos muy alejados de las posibilidades de comprar una casa propia.

La industria de Real Estate es una de los mercados más antiguos, de mayor margen y seguridad a la hora de buscar posibilidades de inversión. Se trata de una industria tan grande a nivel global con un efecto multiplicador que repercute en el resto de los sectores de la economía. Con una población que no para de crecer, la necesidad de vivienda y edificios de servicios son oportunidades interminables para los jugadores de este mercado. A nivel global existen diversas formas de invertir para capitalizar las ganancias que deja el mercado. La forma más clásica es la compra de una vivienda al costo en etapa de proyecto, para venderla al terminarse la construcción a un valor de mercado muy superior. En países de mercados abiertos, como por ejemplo Estados Unidos, existen instrumentos en el mercado de capitales llamados REITs (Real Estate Investment Trusts), a través de los cuales se compra un porcentaje accionario de un desarrollo inmobiliario participando como inversores asociados y buscando capitalizar las ganancias de dicho proyecto. Otra manera de invertir en la industria es a través del Crowdfunding. En este caso el concepto es el mismo que el anterior. Se financian proyectos a través de una venta masiva de pequeñas porciones y al juntarse los fondos necesarios se comienza el proyecto. Estos instrumentos alternativos permiten a pequeños inversores poder invertir en la industria, obtener buenos márgenes con sus inversiones y darles un marco regulatorio que los protege. Tanto en Argentina, como en otras economías emergentes mucho más grandes que la nuestra, estos marcos regulatorios están sobrecargados de trabas e impuestos que le quitan el atractivo a esta manera de invertir.

Por otro lado, el avance de la tecnología trajo nuevas oportunidades. La llegada de las criptomonedas y tokens generó una nueva forma de transaccionar, generar mercados alternativos con igual seguridad pero con mayor agilidad y facilidad de operación generando ahorros en costos de escribanía.

Clara esta la oportunidad de juntar un mercado gigantesco totalmente desatendido permitiéndole ingresar a una industria con grandísimas barreras de entrada para generar ganancias de los pequeños ahorros, educando y dando un horizonte claro para llegar a la casa propia a través del aprovechamiento que nos dan las nuevas tecnologías. Al mismo tiempo representa una enorme oportunidad para la industria la posibilidad de obtener financiamiento inyectando todo este capital inmovilizado actualmente.



Universidad de
SanAndrés

4. Marcos Conceptuales y Herramientas de Management utilizadas

Este Plan de Negocios tiene como objetivo evaluar la viabilidad de un proyecto de negocio en el contexto actual de Argentina con escalabilidad potencial. En primer lugar, se identificó una oportunidad de negocio al notar la descoordinación entre la necesidad de financiamiento de emprendedores con proyectos y la oferta de inversión de ahorristas argentinos que buscan rentabilidad para sus ahorros en un entorno altamente inflacionario. Una vez detectada esta oportunidad, se emplearon diversas herramientas de gestión para un análisis exhaustivo:

Análisis de la Industria y del Mercado

- Las Cinco Fuerzas de Porter: Evalúa el atractivo de la industria mediante un análisis detallado de cinco factores clave: competidores actuales, potenciales, proveedores, clientes y productos sustitutos.
- Análisis PESTEL: Examina el contexto general más allá de la industria específica, evaluando los aspectos políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos y legales.
- Análisis FODA: Identifica las fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas, ayudando a posicionar la empresa frente a la competencia.

Propuesta de Valor

- Modelo CANVAS de Negocios: El modelo CANVAS de Osterwalder proporciona un formato práctico para analizar la creación, entrega y captación de valor de una propuesta de negocios a través de nueve elementos clave: segmentos de mercado, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave, estructura de costos y fuentes de ingresos.

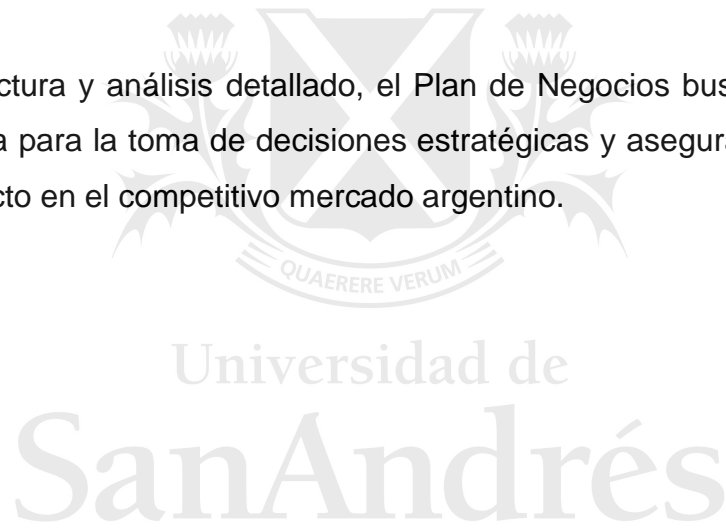
Plan de Marketing

- .Estrategia Go to market plan: Es una estrategia para lanzar un nuevo producto. Este plan abarca la identificación del mercado objetivo, la definición de la propuesta de valor, el diseño de los mensajes clave de marketing, la elección de los canales de distribución y ventas, y la planificación de actividades promocionales y de ventas.

Plan Financiero

- Método de Valuación de Flujos Descontados: Adjusted Present Value (APV): Considera el valor presente de los flujos futuros de una inversión para compararlos con la inversión inicial y determinar si la propuesta genera valor económico mediante el cálculo de la TIR.

Con esta estructura y análisis detallado, el Plan de Negocios busca proporcionar una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y asegurar la viabilidad y éxito del proyecto en el competitivo mercado argentino.



5. El Cliente (Mercado objetivo)

Comprar la primera casa propia es una de las decisiones más importantes de la vida de una persona. Invertir en ladrillos es el deseo de todas las personas ya sea como actividad económica principal o secundaria. Es decir que todo aquel que tiene un cierto poder de ahorro probablemente se interese en una modalidad segura y a medida de inversión de esta clase. Mucho más si al mismo tiempo lo hace con un objetivo supremo que es el de lograr llegar a comprar la casa propia. Es por esto que luego de entrevistar a decenas de personas al azar que invierten o bien, tienen la capacidad para hacerlo, pudimos diferenciar 3 arquetipos de potenciales clientes muy marcados.

Llevamos adelante una encuesta de preguntas abiertas (Ver Anexo 1) la cual nos permitió entender qué sienten, a qué aspiran y qué miedos les genera la idea confiar sus ahorros a una plataforma que se encarga de operarlos de manera eficiente en el mercado de Real Estate. Ver resultados de encuestas en Anexo 2.

5.1. Arquetipo de Cliente

Destacamos tres claros arquetipos de potenciales clientes: Entusiastas, Medio camino y maratonistas (Ver Anexo 2) los cuales se detallan a continuación:

Entusiastas

Nos encontramos principalmente con gente joven de entre 23 a 35 años, generalmente profesionales que comienzan a generar ahorros sin tener salarios necesariamente altos. Les atrae la posibilidad de maximizar ganancias. Son curiosos y no se ven tan afectados por una mala decisión de inversión, por eso están dispuestos a tomar riesgos. Viven el presente y probablemente gasten la mayor parte de sus ahorros en viajes. Son muy activos socialmente por lo que pertenecer a grupos selectos los posiciona mejor.

El hecho de agrandar sus ahorros a través de inversiones los hace sentirse más inteligentes que el resto, los hace sentirse inversores. Como quieren ganar cada vez más se interiorizan y tratan de capacitarse con las opciones que tienen a su alcance. Se trata de una generación que prioriza el estilo y la calidad de vida, aspiran a trabajar cada vez menos por sobre ganar cada vez más. Son ansiosos, es por esto que uno de sus mayores miedos es no ver resultados rápidamente, como así también comprometer sus inversiones a largo plazo y necesitar gastar el dinero antes de tiempo.

Medio camino

Consiste en un público más maduro que el anterior, con edades que van desde los 30 a los 45 años. En esta categoría encontramos a profesionales con seniority, con rangos salariales de entre dos mil y tres mil dólares mensuales. A este grupo le preocupa el futuro, se sienten el sostén de la casa, son conscientes del esfuerzo que hicieron en sus vidas para poder empezar a ver logros y aspiran a un mejor porvenir. Tienen proyectos ya sea profesionales o a nivel familiar, esto se traduce en un horizonte claro. Por lo que les cuesta un poco más salir de su zona de confort a la hora de tomar riesgos. Son precavidos y están más bien a la espera de oportunidades lo más seguras posible. Buscan generar una reserva de valor a mediano o largo plazo comprando una propiedad por ejemplo, o también invirtiendo en bonos y acciones en el caso de los más conocedores del tema. Entre los miedos que más lo mueven encontramos el de ser estafados ante su falta de experiencia y perder el fondo de reserva de la familia, invertir más de lo que deberían o necesitar gastar de imprevisto dinero antes de capitalizar ganancias. A pesar de todo esto se trata de un grupo capacitado y tenaz que busca con convicción su estabilidad financiera, tener un techo propio y poder dormir tranquilo.

Maratonistas

Por último entramos en el grupo de los más experimentados, personas de 50 años en adelante que atravesaron realmente mucho en sus vidas. Vivieron buenos tiempos, vivieron muchas crisis, ya nada los asusta y por ende son muy poco

permeables a nuevas ideas del afuera de su entorno. En esta categoría poco importa el rango salarial, sus ahorros pudieron haber venido de mucho trabajo, mucho ahorro a lo largo del tiempo, o bien de una herencia familiar. Es gente que después de todo lo que pasó entiende que lo más importante es vivir el presente. No es tan apegada a su dinero y lo suele usar para hacer viajes familiares y sentirse joven. Suelen colaborar económicamente con sus familiares directos. Se siente fuera de ritmo de las novedades tecnológicas, tendencias y esto los hace confiar mucho en lo que sus hijos dicen. Está en este punto la clave de este arquetipo a la hora de pensar en inversiones.

5.2. Mapa de Empatía

Como detallamos en el punto anterior nuestro análisis de clientes se basa en tres arquetipos muy marcados y muy diferentes. Es por esto que para llevar a cabo nuestro mapa de empatía decidimos analizarlo por cada uno por separado.

¿Quiénes?

ENTUSIASTAS: Gente joven de entre 23 a 35 años, generalmente profesionales que comienzan a generar ahorros con salarios de entre 1.000 y 2.000 dólares, tienen conocimientos básicos en inversión y cuentan con ahorros de hasta 10.000 dólares.

MITAD DE CAMINO: Personas con edades que van desde los 30 a los 50 años. Son profesionales con seniority, con rangos salariales de entre 2.000 y 4.000 dólares y tienen la responsabilidad de mantener una familia.

MARATONISTAS: Personas de 50 años en adelante que cuentan con ahorros de toda su vida.

¿Qué necesitan hacer?

ENTUSIASTAS: Ahorrar parte del sueldo y generar ganancias. Disfrutar sin preocuparse por el dinero. Maximizar sus pocos ahorros y sentirse inversores.

MITAD DE CAMINO: Invertir de manera segura su dinero para generar una reserva de valor y encontrar su seguridad financiera para así, poder ayudar a sus hijos y comprar una vivienda. Para esto necesitan animarse a invertir y capacitarse en inversiones.

MARATONISTAS: Necesitan perder el miedo a lo desconocido y abrirse a lo nuevo. Así también poner en práctica los consejos de sus hijos y conocidos más jóvenes. Ellos en el fondo buscan disfrutar sin preocuparse por el dinero.

¿Qué ven?

En este caso los tres arquetipos tienen visiones similares. Creen que si no están invirtiendo, están perdiendo de ganar y por ende pierden plata porque los come la inflación. Como contraparte piensan que cualquier inversión es muy arriesgada, no confían en las instituciones de nuestro país por situaciones vividas en el pasado que le han generado desconfianza. Por mandato familiar ven que invertir en ladrillo es lo más seguro, pero creen que necesitan mucho dinero para entrar en esta industria.

¿Qué dicen?

Dicen que es importante diversificar. Dicen que comprar dólares es la inversión más segura en Argentina. Dicen que no conocen mucho acerca de la industria del Real Estate y del mundo de las criptomonedas. Dicen que la política del país cambia todo el tiempo las reglas de juego. Dicen que el dinero le rinde cada vez menos y necesitan un change o ingreso extra para poder darse los gustos que quieren.

¿Qué hacen?

ENTUSIASTAS: Invierten en plazos fijos y comprando moneda extranjera para contrarrestar la inflación. Algunos invierten en fondos de inversión. También se arriesgan comprando criptomonedas o acciones porque creen entender cómo

funcionan las inversiones. Se la pasan viendo videos de explicaciones de inversión que consigue en internet de traders financieros.

MITAD DE CAMINO: Los perfiles más conservadores se resguardan de la inflación con plazos fijos, moneda extranjera y fondos de inversión. Buscan oportunidades sólidas, generalmente por el consejo de sus cercanos. Piensan en ahorrar con un horizonte claro por eso son más precavidos.

MARATONISTAS: Compran dólares o venden para su vida diaria. A la hora de inversiones suelen apoyarse en sus familiares más allegados.

¿Qué escuchan?

Le dan importancia a lo que escuchan de sus amigos y suelen tomar como propias sus experiencias vividas. Escuchan que todo está caro y hay que hacer malabares para llegar a fin de mes. Escuchan que a la hora de invertir las financieras son una estafa, que las criptomonedas no son seguras y puedes perder mucha plata si no sabes. Escuchan que los que invierten en propiedades tienen mucho capital inicial. Escuchan que no es seguro alquilar toda la vida y tienen que pensar tanto en el futuro de sus hijos como en una jubilación extra.

Ganancias

ENTUSIASTAS: Buscan disfrutar la vida sin preocuparse por el dinero en un balance justo entre trabajo y estilo de vida. Buscan sentirse más inteligentes que los demás. El éxito es aumentar sus ahorros y estar más cerca de comprar una hipotética casa propia. Viajar todo lo que se pueda.

MITAD DE CAMINO: Buscan tranquilidad basada en un aumento seguro y estable de su capital de reserva. Su éxito sería lograr una jubilación temprana, poder trabajar menos y disfrutar más. Poder brindarle ayuda económica a sus hijos.

MARATONISTAS: Su éxito se basa en tener el estilo de vida que soñaron siempre sin preocuparse por el dinero. Estabilidad y disfrute.

Miedos

ENTUSIASTAS: Su principal enemigo es la ansiedad de necesitar contar con las ganancias antes de capitalizarlas. Su impaciencia le juega una mala pasada en inversiones a largo plazo y no quieren sentir que perdieron el tiempo.

MITAD DE CAMINO: Al ser el sostén de la familia les genera gran incomodidad pensar la posibilidad de no poder contar con su dinero antes del tiempo de capitalización de las ganancias. Tiene miedo de meterse en algo que no entiendan porque son cautos, pues están en juego los ahorros de la familia. Ser estafados es su principal fantasma.

MARATONISTAS: Al moverse en la inversiones principalmente por el consejo de sus allegados, es probable que no entiendan por completo en lo que se están metiendo. Esto lógicamente les genera un sentimiento de inseguridad a ser estafados y arriesgar la herencia familiar.

5.3. Propuesta de valor

En este punto, hemos identificado la problemática existente y las necesidades involucradas, centrándonos en los actores principales: pequeños inversores y proyectos de desarrollo dentro de la industria del Real Estate. Hemos detectado que la oportunidad de negocio radica en conectar estas ideas y proyectos con un amplio espectro de inversores. Para comprender mejor a estos potenciales inversores, realizamos un análisis detallado que permitió segmentarlos en tres arquetipos claramente definidos. Además, creamos un mapa de empatía para entender mejor sus emociones y comportamientos en relación con la problemática planteada.

Utilizamos el método del Value Proposition Canvas (Ver Anexo 3), desarrollado por Alexander Osterwalder, que nos ayuda a diseñar una propuesta de valor enfocada en el cliente, identificando también oportunidades de desarrollo futuro. Este modelo se divide en dos bloques principales: el bloque del cliente y el bloque del producto.

Al desarrollar ambos bloques, buscamos validar que la propuesta de valor esté alineada con los intereses y percepciones de nuestros segmentos de clientes.

5.4. Value Proposition Canvas

Bloque del Cliente:

Dado que nuestro objetivo es crear una propuesta de valor orientada al cliente, comenzamos con este bloque del Canvas. Aquí identificamos sus problemas, comportamientos y necesidades en relación con la problemática planteada, para comprender lo que realmente valoran.

Customer Jobs (Tareas): Nuestro cliente potencial busca principalmente obtener ganancias financieras. Al profundizar en esta idea, identificamos los principales motivadores: preservar valor, formarse en inversiones, alcanzar tranquilidad financiera, superar el miedo a invertir y formar parte de una comunidad de inversores.

Pains (Dolores): Esta sección del Canvas aborda las dificultades que enfrentan los clientes al intentar realizar las actividades mencionadas en "Customer Jobs". Los principales retos incluyen: no obtener ganancias rápidamente, riesgo de estafas, invertir más de lo debido, pérdida de tiempo y dinero, riesgo al capital familiar, cambios en las reglas macroeconómicas, falta de comprensión sobre las inversiones, y la necesidad de liquidez antes de capitalizar ganancias.

Gains (Ganancia de valor): Aquí evaluamos los beneficios que los clientes obtienen al resolver sus problemas. Los aspectos clave incluyen: adquisición de una vivienda propia, estabilidad económica, facilidades para disfrutar de la vida, protección contra la inflación, alcanzar un estilo de vida deseado, generar ingresos pasivos, acceso a las mejores oportunidades del sector, y maximizar ganancias con seguridad y eficiencia.

Bloque del Producto:

El objetivo es diseñar una propuesta de valor que responda eficazmente a cada aspecto del bloque del Cliente. Esto implica identificar las necesidades del cliente y luego desarrollar un producto o servicio que resuelva sus problemas.

Pain Relievers (Aliviadores de dolor): Primero, identificamos cómo nuestro producto puede aliviar las preocupaciones de los clientes y ofrecer soluciones efectivas. Se destacan: la propiedad directa de los activos tokenizados, protección de inversiones mediante contratos inteligentes, bajos costos, generación de confianza a través de alianzas estratégicas, asesoramiento especializado, y políticas de rescate anticipado de inversiones.

Products & Services: Aquí se definen las características y funcionalidades clave de nuestra solución de valor. Los aspectos destacados incluyen: asegurar ganancias para el cliente a través de inversiones seguras y rentables en Real Estate, ofrecer capacitación sobre la industria y la tecnología utilizada, y crear un ecosistema exclusivo para inversores con beneficios únicos.

Gain Creators (Creadores de valor): Finalmente, explicamos los beneficios de la propuesta de valor que estamos generando. Se incluyen: contar con un equipo especializado en identificar oportunidades de inversión, soluciones adaptadas a las necesidades de liquidez del cliente, facilidades para disfrutar de las ganancias, agregar valor a través de formación en inversiones, generación de ingresos en dólares, bajos costos transaccionales mediante tecnología blockchain y accesibilidad desde pequeñas inversiones para atraer a un público amplio.

6. BEANS CAPITAL

Después del análisis profundo de los problemáticas mencionadas, oportunidades, análisis de potenciales clientes y productos es que llegamos a Beans Capital.

Beans Capital es un fondo de inversiones en Real Estate destinado a romper con los paradigmas de la industria actual.

Se trata de una empresa dedicada a la búsqueda exhaustiva de las mejores oportunidades del mercado para la compra de propiedades en diferentes estadios de proyecto, para generar ganancias con el desarrollo de los mismos. Compramos propiedades a bajo costo y las vendemos terminadas a valores de mercado muy superiores al valor de la compra original.

Le damos oportunidad a toda la base de la pirámide trabajadora de ser micro inversores de las propiedades que compramos, garantizándoles seguridad porque somos Dueños, garantizándoles rendimiento de sus inversiones desde el instante cero, facilitando métodos ágiles, innovadores y seguros de transacción a través de la compra/venta de tokens, como porciones de nuestros activos y regulados bajo el marco de contratos inteligentes inviolables.

Nos enfocamos en satisfacer las necesidades, educar financieramente, atender los miedos y acompañar a nuestros clientes en el camino de hacer crecer sus ahorros con la meta de alcanzar el sueño de la casa propia.

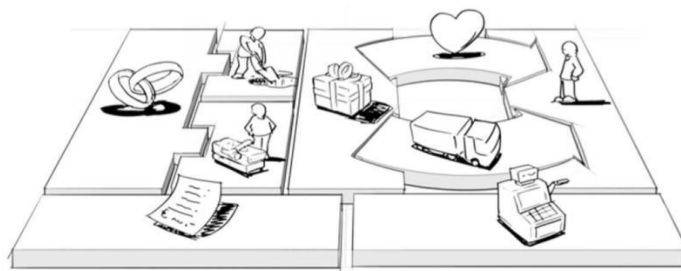
7. Diferenciación y ventaja competitiva

Beans Capital se encarga de atender cada uno de los miedos de sus clientes. Permite invertir a diferentes horizontes de inversión a 1, 2 y 3 años. A través de un mercado secundario se le da la opción a nuestros inversores de recomprar sus tokens, si bien con una determinada penalización, dándoles un salvo conducto ante imprevistos y necesidad de requerir de sus ahorros. Beans Capital es dueña de las propiedades que pone a disposición de sus micro inversores. Analiza las mejores posibilidades del mercado e invierte en oportunidades seguras luego de exhaustivos análisis de empresas y proyectos. Esto hace que cada cliente esté protegido bajo el paraguas de Beans Capital, que se vería igualmente afectado ante una mala inversión. De esta forma se busca anular el riesgo para nuestros clientes.

Además creamos Comunidad Beans. Se trata de un club de pertenencia para nuestros inversores. De esta forma logramos dar un mayor valor agregado, ponemos a disposición estrategias de acompañamiento y educación financiera. De esta manera lo que buscamos es que cualquier persona pueda comprender cuál es el mejor camino para sus finanzas personales. Queremos que todas las personas tengan la oportunidad de cumplir su sueño de la casa propia. También Comunidad Beans se trata de un club de beneficios que otorga a sus integrantes diversas promociones y beneficios como ser descuentos en supermercados, combustibles, ocio y millas para vuelos.

Como no podía ser de otra forma, utilizamos tecnología de punta para realizar la trazabilidad y seguridad de nuestras operaciones. La manera de invertir dinero con nosotros es a través de la compra de tokens que representan porcentajes de nuestros activos. Los mismos están resguardados bajo el marco de contratos inteligentes inviolables llamados smartcontracts, los cuales finalizan contra la venta de las propiedades correspondientes y pago de capital más intereses.

8. Modelo de negocios – Business Canvas Model



Para el desarrollo de nuestro modelo de negocio nos basamos en la herramienta Business Canvas Model (Ver Anexo 4). Siempre buscando construir un modelo competitivo e innovador, nos enfocamos en detectar las palancas clave para el crecimiento, búsqueda de socios clave, eficiencia en ingresos y costos, mejorar los canales de comunicación y experiencia del cliente.

Actividades Clave

El desarrollo de plataforma Beans y Comunidad Beans son la base para comunicarnos al mundo. El plan de marketing a corto, mediano y largo plazo es esencial porque las ventas son el motor de nuestro crecimiento.

Asociaciones Clave

Será clave la asociación con jugadores clave que nos certifiquen a ojos del mercado y de nuestros clientes. Es importante el apoyo de entidades bancarias y billeteras virtuales como facilitadores para nuestros clientes. De la misma forma, estar alineado con la Cámara de Desarrolladores Urbanos y Alianza Urbana para hacernos presentes como un nuevo modelo de inversión inmobiliaria, al mismo tiempo que nos damos vuelta como grandes inversores en emprendimientos, acercándonos a los distintos jugadores.

Otras asociaciones clave serán con los prestadores de beneficios de comunidad Beans.

Recursos clave

Primordial contar con un excelente portafolio de propiedades como oportunidades de inversión. Así también un equipo de trabajo con cualidades competitivas y de adaptación para los desafíos que se presentan. Por último la inversión inicial es fundamental para la primera compra de propiedades diversificadas en horizontes distintos horizontes de inversión.

Relación con los clientes

Campañas de marketing, consumer research, Eventos, Publicidad y contenido dirigido. Club de pertenencia, beneficios personalizados y capacitaciones, acompañamiento y programa de fidelización.

Canales de comunicación

Los principales canales serán a través de nuestra web, App Beans Capital, publicidad dirigida y alianzas con estrategias con personalidades influyentes.

Producto o propuesta de valor

Diferenciación intangible: Democratización de inversiones en Real Estate, club de pertenencia y beneficios, inversiones seguras.

Diferenciación tangible: Capacitación y acompañamiento a inversores, variedad de portafolios a diferentes horizontes de inversión, posibilidad de salida anticipada.

Estructura de costos

Está compuesta por costos de oficina, equipo de trabajo, asesores y servicios externos de IT para mantenimiento y mejora.

Fuente de ingresos

Dos fuentes de ingreso:

- Comisión por nueva inversión del 5%. No aplica a reinversión por fidelización.
- Porcentaje sobre la capitalización de las ganancias de nuestros inversores 25%.

9. Funcionalidades - Servicios

Nuestra App tendrá las siguientes funcionalidades orientadas no solo a una plataforma de inversión, sino también a la experiencia del usuario:

- Portfolio de propiedades a invertir con sus diferentes horizontes de capitalización de ganancias y rendimientos estimados. En cada proyecto se podrá ver la cantidad de tokens emitidos y sus correspondientes precios y porcentajes vendidos. Dichos precios irán variando día a día apreciándose de acuerdo con el avance del proyecto.
- Una vez inversores, con los tokens comprados, se habilita el acceso a la información detallada de avance del proyecto. Se puede hacer el seguimiento del mismo con fotos periódicas de avance de obra.
- Dentro de la sección Comunidad Beans aparece una sección de capacitaciones donde se llevaran a cabo encuentros y capacitaciones virtuales financieras, legales y demás temáticas de interés para nuestro público.
- Siguiendo en la sección Comunidad, llegamos al área de recompensas, donde el cliente intercambia puntos acumulados como inversor por los diferentes beneficios que dejamos a su disposición.
- Por último se encuentra a disposición una sección de ayuda donde pueden contactarse con nuestros operadores por consultas o acompañamiento en los distintos procedimientos.

10. Minimum Viable Product (MVP)

El servicio que ofrecimos en nuestro MVP consistió en la compra de un departamento de pozo en un desarrollo inmobiliario que cumpla con nuestros estándares de calidad, seguridad y respaldo económico. Una vez que la propiedad es nuestra se la vendemos fraccionada a nuestros inversores. Luego que la obra se finaliza, se venden las unidades terminadas y nuestros inversores capitalizan sus ganancias.

Para testear nuestro MVP creamos un camino de pasos secuenciados para medir el interés de un público aleatorio de doscientas personas. Las instancias fueron las siguientes:

1) Correo publicitario con nuestro logo, una breve descripción de nuestros servicios y un link a una web (Ver Anexo 5).

2) El público que accedió al link ingresó directamente al sitio web <https://beanscapitalarg.wixsite.com/inicio>. Se trata de un front desk donde se cuenta de forma resumida quienes somos y que servicios ofrecemos. Al hacer clic e ingresar a la web hay un contador automático de visitas. En el cuerpo de la página también hay un video que explica de forma didáctica todo sobre nosotros (Ver Anexo 6).

3) Al final de la página hay un formulario de consulta donde se requiere dejar datos personales mínimos para un posible contacto (Ver Anexo 7). Cuando estas personas solicitaron más información nos llegó a nuestra casilla un correo para contactarlos.

10.1. Validación de propuesta de valor

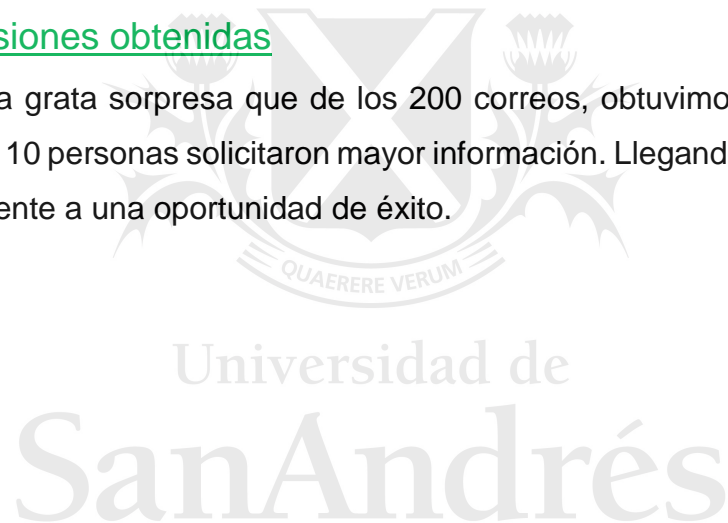
Para validar la propuesta realizamos un correo publicitario de Beans Capital invitando a las personas a ingresar a nuestra web y ver como se desenvolvían una vez dentro.

Contabilizamos un total de 200 correos publicitarios a un público que creemos de nuestro nicho de oportunidad.

Consideramos que nuestro umbral de éxito sería que de los 200 correos, 30 personas se vieran atraídas a ingresar a la web, y que de esas 30 personas al menos 3 se vieran interesadas de hacer clic en pedir más información.

10.2. Conclusiones obtenidas

Nos llevamos la grata sorpresa que de los 200 correos, obtuvimos 46 visitas a la web y de estos, 10 personas solicitaron mayor información. Llegando a la conclusión que estamos frente a una oportunidad de éxito.



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

11.1. Industria, estimación del TAM SAM SOM del Negocio

Partiendo de nuestro análisis global nos enfocamos en las principales economías emergentes con países subdesarrollados, muy poblados, con una base de la pirámide sumamente grande y sin acceso al crédito para la vivienda propia. Dentro de este grupo encontramos India, Indonesia, Nigeria, Vietnam y América Latina. Los países involucrados suman un total de 2.950 millones de personas. De los cuales, según la organización internacional del trabajo y el banco mundial, 1.200 millones de personas corresponden a la fuerza de trabajo, generan ingresos y ahorros, y por lo tanto son clientes potenciales. Este es nuestro TAM.

En América Latina, según datos obtenidos de la organización internacional del Trabajo, la tasa de participación en la fuerza de trabajo de la región, más precisamente en los países de Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, Chile, Colombia, Perú y México, es de 64,1%, lo cual equivale a 314,2 millones de personas, de las cuales 289 millones están ocupadas. Según datos del banco mundial el 79% de esta población son personas con trabajo y educación avanzada. Esto significa que en América Latina contamos un SAM de 228 millones de personas.

Pasando al SOM nos encontramos con la siguiente información:

Según el informe ejecutivo del mercado de capitales de la CNV a junio de 2022 los inversores de Fondos Comunes de Inversión ascienden a 6,4 millones de personas, con una inversión promedio de \$16.645. Esto equivale a un volumen de 200 millones de dólares al año.

Según el informe de evolución del mercado de cambios y balance cambiario del Banco Central de la República Argentina a junio de este año se compraron 4.3

millones de dólares solidarios, lo que equivale a 21.500 inversores.

Según el informe de indicadores monetarios y financieros del Banco Central a julio de 2023 hay un promedio mensual equivalente a 258 millones de dólares en plazos fijos tradicionales.

Esto quiere decir que tenemos un mercado potencial inicial que actualmente maneja un volumen de inversión de 500 millones de dólares.

Para simplificar el análisis supondremos un ticket promedio por persona de u\$s1.000, de esta manera podemos definir nuestro SOM en 500.000 personas.

11.2. Competidores

Si nos enfocamos en los competidores que hoy ofrecen sus servicios en nuestro país encontramos diversas opciones con sus respectivas propuestas de valor:

Simplestate: Es una plataforma cuya propuesta de valor es que, al igual que nosotros, son dueños de las propiedades que ofrecen para invertir de pozo desde pequeños montos con el fin de venderse al terminar y capitalizar ganancias. Su marco legal es a través de mutuos (préstamos entre partes con intereses fijados que pagan IVA), lo cual les acota el margen de ganancias, motivo por el cual ofrecen menores rendimientos.

Briksave: Es una plataforma que ofrece a inversores invertir desde pequeños montos en propiedades cuyo fin es la renta. Si bien esto proporciona rendimientos desde el primer mes y a menor riesgo por el tipo de actividad, lo hace con márgenes bastante menores.

Dividenz: Es una plataforma de inversión para proyectos en Estados Unidos de pozo con el fin de vender al terminarse y capitalizar ganancias. Exigen un monto mínimo de inversión de USD 50.000.

Américas Capital Investments: Al igual que la anterior es una plataforma de inversión para proyectos en Estados Unidos, Reino Unido y Brasil desde USD 20.000.

Existen varias plataformas más similares a las dos anteriores.

11.3. FODA

FORTALEZAS

- Excelentes rendimientos de inversión.
- Mejores oportunidades de inversión.
- Eficiencia y seguridad.
- Inversión desde bajos montos.
- Club de pertenencia y fidelidad.
- Beneficios.
- Opciones de salida temprana.

OPORTUNIDADES

- Mercado local poco desarrollado.
- Contexto Macroeconómico favorable.
- Ausencia de créditos hipotecarios.
- Los competidores apuntan a generar intereses y no al público que busca su primera casa.

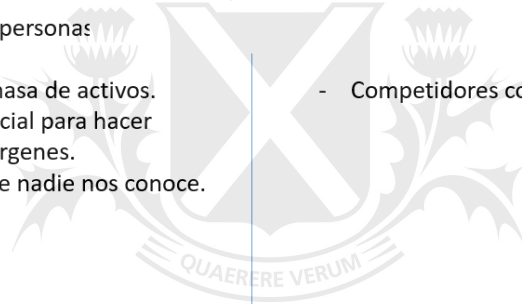
DEBILIDADES

- Dificultades para introducir a las personas mundo tokens.
- Servicio de bajo margen y gran masa de activos.
- Se requiere de un gran capital inicial para hacer rentable el negocio por bajos márgenes.
- Es un negocio de confianza donde nadie nos conoce.

AMENAZAS

- Bajas barreras de ingreso.
- Competidores con mas recursos.
- Competidores con historial y fidelización generada en el mercado.

Beans
Capital



Universidad de
San Andrés

11.4. Análisis Pestel

Político

Nos encontramos en un contexto de fuerte cambio político. Si bien se comienzan a lanzar los primeros créditos hipotecarios para el acceso a la vivienda propia, el contexto económico no es el mejor para poder ser alcanzado por la mayoría de la población. Esto sumado a un historial como país sumamente desfavorable para el acceso al crédito que hace que la población no confíe en las opciones que comienzan a aparecer. Hacemos el un breve repaso de la historia de los créditos

hipotecarios en los últimos 30 años:

1990-1999 (Presidencia de Carlos Menem): Durante esta época, Argentina experimentó un período de liberalización económica y financiera. Se implementaron reformas que promovieron la inversión extranjera y la apertura del mercado financiero. Se establecieron condiciones para la expansión del crédito hipotecario, aunque en su mayoría estuvo dirigido a sectores de altos ingresos. La crisis económica de finales de la década afectó la disponibilidad de crédito.

1999-2001 (Presidencia de Fernando de la Rúa): En este período, la crisis económica se profundizó, lo que llevó a una contracción en el mercado crediticio, incluido el crédito hipotecario. La inestabilidad política y económica resultante afectó negativamente la capacidad de acceso a la vivienda.

2001-2002 (Presidencia de Eduardo Duhalde): Argentina enfrentó una de las peores crisis económicas de su historia. La falta de confianza en el sistema financiero y la alta inflación dificultaron el acceso al crédito hipotecario. La mayoría de los préstamos otorgados en este período estuvieron sujetos a tasas de interés exorbitantes.

2003-2007 (Presidencia de Néstor Kirchner): Con la recuperación económica, se implementaron políticas para promover la inversión en vivienda. Se establecieron programas gubernamentales para subsidiar tasas de interés y ampliar el acceso al crédito hipotecario. Sin embargo, la oferta de créditos hipotecarios aún era limitada y estaba sujeta a condiciones restrictivas.

2007-2015 (Presidencia de Cristina Fernández de Kirchner): Durante este período, se mantuvieron políticas para promover el acceso a la vivienda a través de programas como el Procrear, que ofrecía créditos hipotecarios a tasas subsidiadas. Sin embargo, persistieron desafíos en términos de inflación y restricciones en el acceso al crédito debido a las políticas económicas y financieras.

2015-2019 (Presidencia de Mauricio Macri): Se implementaron medidas para revitalizar el mercado hipotecario, como la indexación de los préstamos en UVA (Unidad de Valor Adquisitivo) para proteger a los prestatarios de la inflación. Esto llevó a un aumento en la oferta de créditos hipotecarios, aunque las tasas de interés fluctuantes y la inestabilidad económica generaron incertidumbre.

2019-2023 (Presidencia de Alberto Fernández): Se han mantenido programas para promover el acceso a la vivienda, pero la situación económica y financiera del país, agravada por la pandemia de COVID-19, ha generado desafíos en el mercado hipotecario. Las tasas de interés y la inflación siguen siendo variables importantes que afectan la disponibilidad y accesibilidad del crédito hipotecario.

2023-Presente (Presidencia de Javier Milei): En mayo de 2024, pese a una gran caída en la industria de la construcción y el aumento de los costos se lanzaron créditos a baja tasa de interés pero indexados por inflación. Las condiciones para acceder al crédito hacen que solo sea una posibilidad para muy poco. Se requieren salarios sumamente altos para obtener los beneficios del crédito. Además de esto que tranquilidad le puede dejar a la población tomar una deuda a treinta años para adelante si claro está lo que pasó treinta años para atrás.

Económico

El nuevo gobierno recibió un país con un gran desafío económico asociado a la gran inflación, volatilidad cambiaria, endeudamiento, déficit fiscal y emisión monetaria. A través de una fuerte recesión, baja del gasto público y superávits gemelos está logrando bajar la inflación. Si bien se esperan mayores ajustes, la previsión a mediano y largo plazo es positiva. Esto sumado a un contexto en el cual se esperan importantes ingresos para el país de la mano del campo, las minas de Litio en el noroeste y Vaca Muerta en Neuquén. Si bien la mirada al mediano y largo plazo es positiva, el corto plazo no lo es, y la gente ha perdido una gran capacidad de compra

y de ahorro.

Si analizamos puntualmente al sector de real estate, la devaluación ocurrida en diciembre de 2023 produjo un aumento importantísimo en los costos de la construcción. Esto hizo encarecer fuertemente los valores de las propiedades, que acompañado de un golpe al bolsillo de la gente por el contexto macroeconómico hizo caer a la actividad.

Social

En un contexto en el que la sociedad está muy golpeada por los ajustes económicos que vienen ocurriendo a nivel país las personas tienen una marcada desconfianza hacia instituciones tradicionales como los bancos y el Estado. En un país donde el 70% son pobres y el 30% restante perdió poder de compra y ahorro, difícilmente se puedan asegurar las condiciones y la estabilidad para tomar un crédito indexado por inflación a 30 años, es decir con 7 elecciones presidenciales de por medio.

El valor de las propiedades escaló fuertemente, y el sueño de la casa propia se ve cada vez lejos para la mayoría de la población.

Tecnológico

El avance y conocimiento sobre el mundo fintech ha crecido mucho en el común de las personas estos últimos años. Hoy todos los habitantes de las principales ciudades han escuchado hablar de criptomonedas y tokens. Si bien es un pequeño porcentaje de la población es el que se ha aventurado en este mundo, la idea ya no suena tan alejada. Esto sumado a que el acceso al conocimiento financiero es cada vez más fácil, hay un contexto favorable para que la gente se abra a nuevas formas y tecnologías de inversión.

Ecológicos

La conciencia ambiental ha ganado significativa importancia en los últimos tiempos. Más allá de los esfuerzos gubernamentales para mitigar el impacto medioambiental negativo, reconocemos que los cambios de hábitos en individuos y empresas son fundamentales para lograr prácticas positivas para nuestro planeta. En este sentido,

las billeteras digitales y la industria fintech en general tienen una ventaja considerable. La mayoría de las soluciones financieras en este sector se basan en plataformas digitales, lo que minimiza su impacto ambiental. Al ofrecer servicios y experiencias virtuales, se evitan contratos en papel, ya que los comprobantes son digitales y se almacenan electrónicamente.

Legales

Como toda industria financiera debería estar regulada por la Comisión Nacional de Valores. El financiamiento de proyectos de desarrollo inmobiliario mediante la tokenización de activos comienza a mostrar indicios de poder ser regulada en el mediano plazo en la Argentina, para el momento son solo intenciones. Es por esto que el marco legal de la casa matriz deberá estar situado en otro país con las condiciones adecuadas y ser Argentina una de las sedes asociadas a la casa matriz para llevar a cabo la actividad y tener preparado un modelo de escalabilidad global del negocio.

11.5. 5 fuerzas de Porter

Poder de negociación del cliente: El poder del cliente es muy bajo, ellos a través nuestro, ingrean en un mundo de inversiones muy grandes mediante pequeñas fracciones. La competencia si bien parecería ser grande y de muchas opciones, en la realidad ninguna reúne la mayoría de nuestras propuestas de valor. Una vez que el cliente está convencido en invertir bajo esta modalidad no tiene poder de negociación sobre precios o condiciones porque de otra forma no podría invertir en real estate.

Poder de negociación del proveedor: Beans Capital compra grupos de departamentos de pozo a un desarrollador inmobiliario que cumple con los estándares requeridos, al mismo tiempo que se analiza al proyecto como una buena posibilidad de inversión. Esto genera una gran fortaleza de negociación frente al

proveedor que necesita vender para terminar de fundar el emprendimiento. Generalmente un comprador de un único departamento tiene mayor poder de negociación, mucho mejor comprando de a 3 o 5 departamentos juntos.

Amenaza de nuevos competidores: Nuestro modelo de negocio es alcanzar la confianza de nuestros clientes. A través de nuestro plan de fidelidad buscamos retenerlos, acompañarlos y hacerlos crecer junto a nosotros hasta alcanzar su objetivo de la vivienda propia. Por eso a través de su conformidad y un programa de reseñas, como así también la recomendación de boca en boca, buscamos generar ese sentimiento de confianza en todos los posibles clientes como eje de nuestro crecimiento. Al entender esto vamos a lograr una diferenciación a través del camino que vayamos recorriendo por sobre cualquier competidor que quiera copiarnos. Los futuros clientes van a tener que elegir entre una empresa con trayectoria, que cumple y pone especial énfasis en transmitirlo, a una nueva que para averiguarlo va a tener que probar con sus ahorros.

Amenaza de productos sustitutos: Dado el contexto de falta de regulación en el país sobre el financiamiento de desarrollo de proyectos inmobiliarios a través de la tokenización, se hace difícil la aparición de productos sustitutos que cumplan con todas las regulaciones y al mismo tiempo alcancen los resultados ofrecidos. Existen hoy en día opciones desreguladas, que ante la falta de oferta algunos clientes eligen como opción. Será tarea nuestra evidenciar los posibles escenarios y generar un entorno de seriedad y compromiso para con nuestros clientes.

Rivalidad entre competidores existentes: Hoy el 90% del mercado compite por ofrecer inversiones fraccionadas en el exterior del país. Todas ofrecen productos muy similares. Son fintech que funcionan como intermediarios entre pequeños inversores y proyectos internacionales. Tal cual, son intermediarios y no ofrecen garantías a diferencia nuestra que somos dueños. Entre ellos compiten por un público mucho menor que al que nosotros apuntamos sólo en el mercado argentino.

12. Go to market plan

A continuación mencionamos nuestros principales drivers para crear una estrategia de marketing que nos permitirá alcanzar el éxito de Beans Capital:

1) Generar posicionamiento de marca: Establecer a Beans Capital como el principal fondo de inversión confiable y atractivo en el sector de Real Estate en Argentina.

2) Atraer pequeños y medianos inversores: Generar curiosidad, interés y confianza en nuestros potenciales clientes para atraerlos a invertir con nosotros.

3) Diferenciación de la competencia: Destacar las ventajas y diferencias que hacen que Beans Capital se posicione por sobre sus principales competidores del mercado.

4) Generar Leads: Captar potenciales inversores y convertirlos en clientes.

Sobre estos cuatro objetivos del Plan de Marketing esperamos entrar al mercado de inversiones mediante acciones de marketing online, con un moderno sitio web y una potente aplicación móvil (Ver Anexo 8).

Dentro del sitio web y de la App de Beans Capital destacamos:

- Diseño moderno con una interfaz intuitiva
- Sección de educación financiera y blog sobre inversiones en Real Estate.
- Testimonio y casos de éxito.
- Descripción detallada de cada proyecto en curso.
- Herramientas de simulación de inversión y calculadoras de retorno.
- Sección de beneficios mediante cambio por puntos.
- Atención al cliente permanente.

12.1. Plan de Marketing

Las acciones de Marketing Online estarán apalancadas en:

1) Optimización para motores de búsqueda (SEO): Investigación de palabras claves relevantes en las búsquedas web, estrategia de backlinks con sitios de finanzas e inversión.

2) Publicidad PPC: Campañas en Google Ads dirigidas a pequeños y medianos inversores, anuncios en redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn) segmentados por intereses y comportamientos. Publicaciones regulares con contenido educativo, noticias de la industria y actualizaciones de proyectos en curso.

3) Marketing de contenidos en todas las redes sociales

4) Relaciones públicas y colaboraciones: comunicados de prensa, participación en foros, congresos y webinars, colaboración con influencers y expertos en finanzas para promover la propuesta de Beans Capital.

El lanzamiento de BEANS CAPITAL debe centrarse en aprovechar el marketing digital para llegar a pequeños y medianos inversores, destacando ventajas de accesibilidad, transparencia e innovación. Al implementar una estrategia de marketing robusta y bien segmentada, se logrará captar la atención del público objetivo y posicionar a Beans Capital como líder en el sector de pequeñas inversiones en real estate.

Asimismo dentro de la estrategia de la compañía encontramos grandes posibilidades y ventajas de mercado a través de alianzas con bancos y entidades financieras regionales en Argentina y billeteras virtuales establecidas.

Los bancos cuentan ya con una extensa base de clientes que confían sus servicios financieros. Al asociarse con ellos Beans Capital puede acceder a estos clientes potenciales que ya se encuentran familiarizados con la inversión y buscan diversificar sus portfolios.

Por otro lado, una alianza con entidades bancarias puede apalancar la confianza de

nuestros inversores. Esto será particularmente beneficioso para atraer pequeños y medianos inversores que buscan seguridad en sus inversiones.

Los bancos permitirán a su vez, actuar como canales de distribución para nuestros productos de inversión a través de sus ya existentes canales de marketing, incluyendo sucursales físicas, plataformas en línea y campañas de marketing.

Finalmente desarrollar productos de inversión específicos en colaboración con los bancos, como fondos de inversión inmobiliarios que puedan ser ofrecidos exclusivamente a clientes del banco sería una sinergia perfecta en esta alianza que permita fidelizar clientes para ambas empresas.

De la misma forma ocurre al trabajar colaborativamente con Billeteras virtuales. Las transacciones podrían hacerse desde plataformas donde la gente ya cuenta con dinero disponible para invertir. Al ser plataformas globales se puede facilitar en gran medida la posibilidad de que personas que viven en el exterior del país y quieran invertir en el mercado argentino por cierto contexto macroeconómico de oportunidad tengan el camino allanado. Esto nos permite agrandar la base de clientes.

12.2. Funnel de ventas Universidad de

En línea con nuestra estrategia de marketing vamos a definir nuestro Funnel o Embudo de Ventas. Se trata del camino que atraviesan los posibles clientes desde el primer contacto hasta convertirse en clientes activos. Definimos estas etapas de la siguiente manera:

Conciencia (Awariness)

Los potenciales clientes escuchan por primera vez de la existencia de la empresa y sus servicios. Se enteran a través de una publicidad, webinar, boca en boca, etc.

Interés

Los potenciales clientes muestran interés y buscan más información. Se inscriben a nuestras charlas informativas.

Consideración

Los potenciales clientes consideran activamente sus posibilidades y evalúan si nuestros servicios pueden satisfacer sus necesidades. Se inscriben a charlas informativas o bien se contactan con nuestros vendedores para averiguar.

Intención

Los potenciales clientes se sienten listos para avanzar con su primera inversión y muestran interés en hacerla. Se contactan con nuestro servicio de atención al cliente para averiguar todos los detalles de cómo avanzar.

Evaluación

Los potenciales clientes están en la fase final de la decisión y evalúan los últimos detalles antes de hacer la compra. Se contactan ellos mismo con nuestros asesores o son recontactados por nuestro equipo.

Compra

En esta etapa el cliente pasa de potencial a activo. Ejecuta la inversión a través de nuestra web, plataforma o partner estratégico (banco, entidad financiera o billetera virtual).

Retención y Lealtad

Luego de la compra nos enfocamos en mantener satisfecho a nuestro cliente y fomentar su fidelidad. Para esto creamos Comunidad Beans. Con el fin de que una vez capitalizadas sus ganancias vuelvan a invertirlas con nosotros, nos enfocamos en el acompañamiento, educación y club de beneficios. Queremos que nuestros clientes no quieran dejar de pertenecer a nuestro club y logren una mirada de largo plazo.

12.3. Customer journey map

El proceso de ventas implícito en el Funnel plantea escalar a través de las capacitaciones continuas y el club de pertenencia, como estrategia de fidelización de clientes. Los clientes fidelizados pasarán a ser promotores directos de los productos de Beans Capital, generando mayor seguridad en los nuevos clientes.

En línea con lo anterior, es que planteamos que el costo del marketing para Beans Capital pasará a tener con el tiempo cada vez menor peso en la estructura general de costos, mostrando con ello una notable caída en el costo de adquisición de nuevos clientes.

Nuestras primeras estimaciones muestran la evolución de la cantidad de clientes como también así el peso de los gastos de Marketing sobre las ventas:

ESTIMACIÓN CAC USD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Marketing y Ventas USD	98.000	98.000	98.000	107.800	123.970
Cantidad de clientes	4.200	14.700	51.450	128.625	257.250
% Marketing / Ventas	2,33%	0,67%	0,19%	0,08%	0,05%
CAC USD	23,33	6,67	1,90	0,84	0,48

Universidad de
San Andrés

13. Recursos, procesos y plan operativo del negocio

13.1. Recursos clave

Enumeramos a continuación nuestros recursos más importantes:

- Los recursos necesarios para convertirnos dueños de las propiedades que vendemos fraccionadas. De esta forma podemos darle la seguridad a nuestros clientes que los productos de inversión que ofrecemos han cumplido con los estándares que exigimos, siendo nosotros responsables por los desvíos que nuestros proveedores pudieran presentar. Así mismo garantizamos los rendimientos de las inversiones de nuestros clientes desde el instante cero.
- La seguridad de nuestras transacciones a través de la tokenización descentralizada de nuestros activos digitales. Esto se traduce en contratos inviolables que nuestros usuarios adquieren a través de nuestra plataforma representando un porcentaje de las unidades de vivienda que les ofrecemos.
- Una estrategia contable y financiera global con el fin de optimizar el aprovechamiento de las legislaciones vigentes en cada país para la creación de una estructura de gran escalabilidad.
- El equipo emprendedor con un amplio conocimiento en la industria del Real Estate, construcción y finanzas.

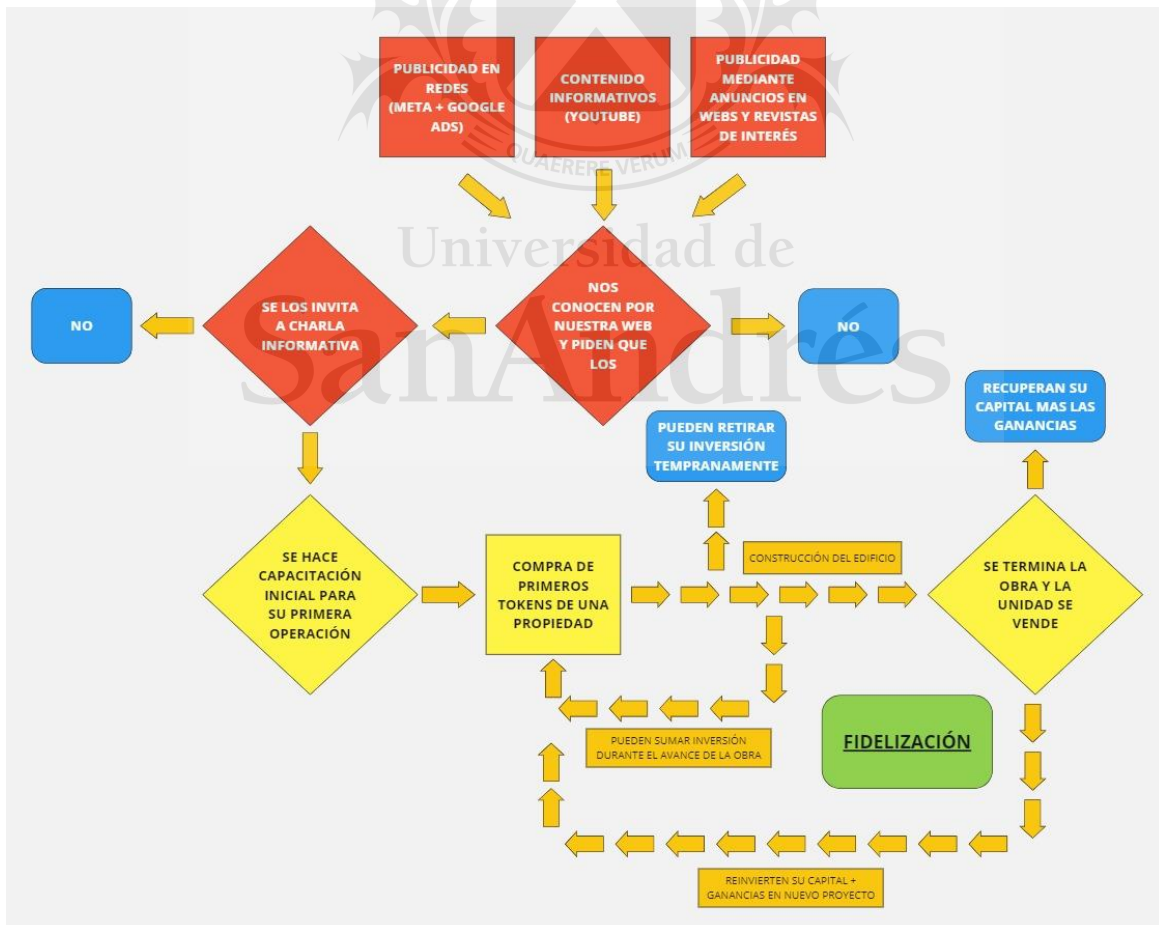
13.2. Actividades clave

- La fidelidad de nuestros clientes a través de beneficios minuciosamente estudiados para cada uno de nuestros arquetipos de clientes. Conocemos lo que sienten y aspiran y los acompañamos a disfrutar el camino de su desarrollo económico y profesional.
- Capacitaciones que los acompañan a lo largo de su vida con el fin de alcanzar de la forma más rápida y eficiente la primera vivienda.
- El desarrollo y mantenimiento de nuestra plataforma para brindar un servicio de punta cumpliendo con los más altos estándares de seguridad informática.

- El análisis profundo de todas las oportunidades de inversión que están a nuestro alcance para ofrecerle a nuestros clientes las mejores posibilidades de inversión.
- Una estrategia de marketing a la altura de las exigencias. Porque nuestro mayor desafío no es mostrarle al público nuestro producto, quizá nuestra propuesta de valor, pero el mayor desafío es el de hacer que se animen a sumergirse en un nuevo mundo de inversiones digital.

13.3. Procesos

Al captar la atención del cliente lo invitamos a nuestras charlas informativas y de capacitación para acompañarlo en este proceso de desafío. Lo fidelizamos a través de nuestro programa. Y lo incentivamos a invertir cuantas más veces mejor para alcanzar sus metas financieras.



13.4. Implementación

Tal como se explicó anteriormente, la sede central de Beans Capital se ubicará en España dadas las condiciones regulatorias relacionadas con nuestra actividad. Sin embargo la implementación comenzará en Argentina. Nos encontramos en un contexto de mercado en el que no hay ningún otro competidor que ofrezca la tecnología, seguridad y marco legal para igualar nuestra propuesta de valor. Así mismo tampoco cuentan con nuestro programa de fidelización de cliente.

De esta forma haremos foco durante los primeros 5 años en Argentina, tiempo suficiente para que los inversores que se sumaron a nosotros en los primeros 2 años hayan alcanzado a capitalizar ganancias.

A partir del quinto año, ya con una trayectoria recorrida y aprovechando la posibilidad que nos da la escalabilidad de nuestro modelo, continuaremos expandiéndonos por el resto de Latinoamérica en países con economías emergentes con pocas posibilidades de acceso al crédito hipotecario.

Finalmente repitiendo el modelo de expansión en Latinoamérica, nos aventuraremos en las principales economías emergentes del mundo con poco acceso al crédito hipotecario con el afán de brindarles la posibilidad a todas las personas de alcanzar su sueño de la vivienda propia. Esta expansión se llevará a cabo en India, Indonesia, Sudáfrica y profundizando nuestra expansión aún más en todo el territorio brasilero.

<u>PLAN DE IMPLEMENTACIÓN</u>	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Armado de sociedades, análisis de mercado, y compra activos iniciales	■										
Argentina		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Latinoamerica						■	■	■	■	■	■
Expansión global en países emergentes									■	■	■

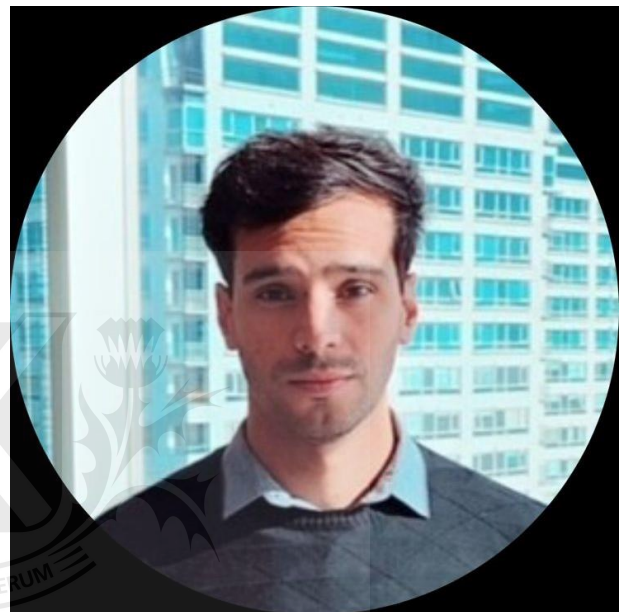
14. Equipo emprendedor

El equipo emprendedor se compone de dos socios fundadores:



Gaston Groos - CEO

Fundador Constructora DECON.
Fundador Desarrolladora HANOK.
MBA UDESA. Posgrado Desarrollo
de Proyectos Inmobiliarios UBA.
Ingeniero Civil UTN.



Gonzalo Rosado - CFO

Manager YPF. MBA UDESA. MG
FINANZAS UDESA. Ingeniero
Químico UNLP.

15. Resultados Económicos-Financieros y requerimientos de inversión

15.1. Contexto Macro

Nos encontramos en un contexto argentino de cambio de gobierno con tendencia a un modelo de economía abierta, un estado que se achica para bajar el gasto público con el fin de terminar con el déficit fiscal, bajar la inflación y poder reducir impuestos para finalmente hacernos más competitivos al mundo. En paralelo comienzan a lanzarse créditos hipotecarios al alcance de las pocas personas que tienen forma de justificar la gran cantidad mínima de ingresos. Si bien existen numerosos puntos que marcan las posibilidades de Beans, los mismos se expresan por medio de unas pocas variables concretas. A continuación haremos una distinción de cuáles son nuestras variables principales Macro que afectan directamente en los resultados de nuestro negocio. Para esto vamos a proyectar las mismas a un plazo de 5 años.

Inflación en Argentina: Para su estimación nos basamos en la información aportada por el Relevamiento de Expectativas del Mercado del Banco Central según informe junio 2024 (REM BCRA).

Inflación en USA: Consideramos como fuente a STATISTA.

TC Real: Se toma el dato valor actual TCR de Argentina, luego se analiza el promedio de los últimos 20 años y finalmente se proyectó la evolución anual considerando que converge a 100.

TC Nominal: Se toma el TC inicial del balance de activos y pasivos del BCRA de 2024. Luego se proyecta su evolución considerando la inflación relativa y el tipo de cambio real.

Variación del PBI de Argentina: Para su proyección nos basamos en el REM BCRA junio 2024.

VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2024	2025	2026	2027	2028
Inflación ARG	138,1%	48,0%	25,3%	10,0%	4,0%
Inflación USA	2,8%	2,4%	2,2%	2,1%	2,1%
Inflación Relativa	131,6%	44,5%	22,6%	7,7%	1,9%
TC Real	87,7	90,8	93,9	96,9	100,0
Variación TC Real		3,5%	3,4%	3,3%	3,2%
TC Nominal	1173,8	1756,0	2225,8	2476,6	2602,7
Crecimiento PBI	-3,7%	3,2%	2,6%	2,6%	2,6%

15.2. Contexto Micro (TAM SAM SOM)

Como se detalló anteriormente, definimos nuestro SOM en 500.000 personas con un ticket promedio de \$1.000. Dado los largos plazos de cada proyecto inmobiliario nos concentramos durante los primeros 5 años en el mercado local, dejando por fuera de la proyección y para más adelante una expansión internacional a partir del sexto año.

SOM	500.000
SAM	12.900.000
TAM	228.000.000

Nuestro modelo de monetización consiste de la siguiente manera (Ver Anexo 9):

- Comisión por primera inversión: Se le cobra un 5% del monto invertido a cada cliente.
- Comisión sobre el rendimiento de la inversión: Cuando se vende la propiedad en la que un cliente invirtió capitaliza su inversión más un interés. Sobre el interés alcanzado se le cobra un 25%.
- Con nuestro club de fidelización “Comunidad Beans” buscamos, que luego de cobrar sus ganancias un inversor, vuelva a invertir su dinero con nosotros. Invertimos un porcentaje de nuestros ingresos de manera de maximizar este

objetivo. Es por eso que suponemos que el 60% de nuestros clientes vuelven a invertir con nosotros sin pago de comisión por primera inversión.

- Con la inversión inicial se invierte un tercio en propiedades con un horizonte de finalización a un año. Otro tercio a dos años y el último tercio a emprendimientos que se están iniciando a tres años. De esta manera conseguimos que ya desde el segundo año estemos obteniendo ingresos como porcentaje de capitalización de intereses de nuestros clientes.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
SOM		4.200	14.700	51.450	128.625	154.350
SAM						102.900
CRECIMIENTO ORGANICO ANUAL			250%	250%	150%	100%
EVOLUCION SHARE LOCAL		0,84%	2,94%	10,29%	25,73%	30,87%
EVOLUCION SHARE REGIONAL						0,80%
INGRESOS POR VENTAS ORGANICAS (USD)	\$	4.200.000	\$ 14.700.000	\$ 51.450.000	\$ 128.625.000	\$ 257.250.000
INGRESOS POR COMISION/CLIENTE	\$	210.000	\$ 735.000	\$ 2.572.500	\$ 6.431.250	\$ 12.862.500
INGRESOS POR FIDELIDAD			\$ 861.965	\$ 3.878.841	\$ 14.624.120	
CAPITAL A INVERTIR	\$	3.990.000	\$ 13.965.000	\$ 49.739.465	\$ 126.072.591	\$ 259.011.620
VENTAS PROPIEDADES A 1 AÑO			\$ 1.472.144	\$ 5.152.503	\$ 18.351.790	\$ 46.515.533
VENTAS PROPIEDADES A 2 AÑOS				\$ 1.472.144	\$ 5.152.503	\$ 18.351.790
VENTAS PROPIEDADES A 3 AÑOS					\$ 1.472.144	\$ 5.152.503
PARCIAL VENTAS			\$ 1.472.144	\$ 6.624.647	\$ 24.976.437	\$ 70.019.826
RENDIMIENTO PROPIEDADES		\$	142.144	\$ 497.503	\$ 1.771.968	\$ 4.491.336
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 2 AÑOS				\$ 142.144	\$ 497.503	\$ 1.771.968
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 3 AÑOS					\$ 142.144	\$ 497.503
RENDIMIENTO INVERSIONES	\$	-	\$ 142.144	\$ 639.647	\$ 2.411.615	\$ 6.760.808
PAGO DE GANANCIAS A INVERSORES	\$	-	\$ 106.608	\$ 479.735	\$ 1.808.711	\$ 5.070.606
INGRESOS BEANS POR RENDIMIENTO	\$	-	\$ 35.536	\$ 159.912	\$ 602.904	\$ 1.690.202
PAGO DE CAPITAL + GANANCIAS A INVERSORES	\$	-	\$ 1.436.608	\$ 6.464.735	\$ 24.373.533	\$ 68.329.624
FIDELIDAD COMUNIDAD BEANS (SIN COMISION)			\$ 861.965	\$ 3.878.841	\$ 14.624.120	\$ 40.997.775
INGRESOS BRUTOS BEANS	\$	210.000	\$ 770.536	\$ 2.732.412	\$ 7.034.154	\$ 14.552.702

Valores expresados en USD.

A continuación proyectamos para el mismo período de 5 años los costos de nuestro emprendimiento. Los mismos se ven reflejados en dólares y en el Anexo 10 se encuentra la respectiva proyección en pesos ajustada por el tipo de cambio nominal de cada año.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS PERSONAL					
ADMINISTRATIVOS	\$ 19.500	\$ 19.500	\$ 19.500	\$ 21.450	\$ 24.668
DESARROLLADORES	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 39.600	\$ 45.540
VENDEDORES	\$ 78.000	\$ 78.000	\$ 78.000	\$ 85.800	\$ 98.670
MANAGEMENT	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 71.500	\$ 82.225
MARKETING					
CAMPAÑAS DE MARKETING	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 22.000	\$ 25.300
INFRAESTRUCTURA					
OFICINAS	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 39.600	\$ 45.540
TELEFONIA	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.600	\$ 7.590
SISTEMAS	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 39.600	\$ 45.540
PARCIAL EGRESOS OPERATIVO	\$ 296.500	\$ 296.500	\$ 296.500	\$ 326.150	\$ 375.073
CLUB DE BENEFICIOS	\$ 42.000	\$ 147.000	\$ 514.500	\$ 1.286.250	\$ 2.572.500
PARCIAL EGRESOS	\$ 338.500	\$ 443.500	\$ 811.000	\$ 1.612.400	\$ 2.947.573
IMPUESTOS					
Débito/Crédito	\$ 126.000	\$ 441.000	\$ 1.543.500	\$ 3.858.750	\$ 7.717.500
IICH	\$ 27.231	\$ 90.861	\$ 313.566	\$ 781.424	\$ 1.561.185
TOTAL EGRESOS	\$ 491.731	\$ 975.361	\$ 2.668.066	\$ 6.252.574	\$ 12.226.258

Valores expresados en USD.

15.3. Inversión inicial

Para poder maximizar el crecimiento exponencial del negocio planteamos una inversión inicial de USD 1.200.000. Dentro de este presupuesto se tienen las siguientes consideraciones:

- Compra de activos “departamentos de pozo” por USD 600.000 en tres etapas distintas con horizontes de capitalización a 1, 2 y 3 años. De esta forma buscamos diversificar y generar rápidos ingresos por rendimiento de intereses, como así también poder mostrar resultados a nuestros clientes desde el primer año.
- Desarrollo de nuestros tokens, aplicación de interface y ciberseguridad por un monto inicial de USD 100.000.
- Con el sobrante de dinero de la inversión inicial buscamos respaldar la mayor exposición del flujo de caja acumulado para sostener nuestra estructura emprendedora hasta alcanzar nuestro punto de equilibrio luego del cuarto año.

15.4. Punto de equilibrio

Para el cálculo preciso del punto de equilibrio analizamos mensualmente los ingresos y egresos proyectados de los primeros 5 años. De esta manera alcanzamos el punto de equilibrio en diciembre de 2026, es decir a mitad del tercer año. En el Anexo 11 se detallan las proyecciones que le dan soporte a los resultados de a continuación.

Considerando el recupero de la inversión inicial y los flujos acumulados de la proyección de nuestro negocio alcanzamos el equilibrio en marzo de 2029, es decir a mediados del cuarto año.

AÑO 1												
P&L	jul-24	ago-24	sep-24	oct-24	nov-24	dic-24	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25
INGRESOS BRUTOS BEANS	\$ 9.820	\$ 10.802	\$ 11.883	\$ 13.071	\$ 14.378	\$ 15.816	\$ 17.397	\$ 19.137	\$ 21.051	\$ 23.156	\$ 25.471	\$ 28.018
TOTAL EGRESOS	\$ 34.993	\$ 35.898	\$ 36.893	\$ 37.987	\$ 39.191	\$ 40.516	\$ 41.973	\$ 43.575	\$ 45.338	\$ 47.277	\$ 49.411	\$ 51.757
INGRESOS - EGRESOS	-\$ 25.173	-\$ 25.095	-\$ 25.010	-\$ 24.916	-\$ 24.813	-\$ 24.700	-\$ 24.576	-\$ 24.438	-\$ 24.288	-\$ 24.122	-\$ 23.939	-\$ 23.739
I - E ACUMULADOS	-\$ 25.173	-\$ 50.268	-\$ 75.278	-\$ 100.194	-\$ 125.008	-\$ 149.708	-\$ 174.283	-\$ 198.722	-\$ 223.009	-\$ 247.131	-\$ 271.070	-\$ 294.809

AÑO 2												
P&L	jul-25	ago-25	sep-25	oct-25	nov-25	dic-25	ene-26	feb-26	mar-26	abr-26	may-26	jun-26
INGRESOS BRUTOS BEANS	\$ 34.605	\$ 39.713	\$ 43.684	\$ 48.053	\$ 52.858	\$ 58.144	\$ 63.958	\$ 70.354	\$ 77.390	\$ 85.129	\$ 93.641	\$ 103.006
TOTAL EGRESOS	\$ 56.294	\$ 60.846	\$ 64.336	\$ 68.175	\$ 72.398	\$ 77.043	\$ 82.153	\$ 87.774	\$ 93.956	\$ 100.757	\$ 108.238	\$ 116.468
INGRESOS - EGRESOS	-\$ 21.689	-\$ 21.133	-\$ 20.652	-\$ 20.122	-\$ 19.540	-\$ 18.899	-\$ 18.195	-\$ 17.419	-\$ 16.567	-\$ 15.629	-\$ 14.597	-\$ 13.462
I - E ACUMULADOS	-\$ 316.498	-\$ 337.631	-\$ 358.283	-\$ 378.405	-\$ 397.945	-\$ 416.844	-\$ 435.039	-\$ 452.458	-\$ 469.025	-\$ 484.653	-\$ 499.250	-\$ 512.712

AÑO 3												
P&L	jul-26	ago-26	sep-26	oct-26	nov-26	dic-26	ene-27	feb-27	mar-27	abr-27	may-27	jun-27
INGRESOS BRUTOS BEANS	\$ 127.535	\$ 140.567	\$ 154.624	\$ 170.086	\$ 187.095	\$ 205.805	\$ 226.385	\$ 249.024	\$ 273.926	\$ 301.319	\$ 331.450	\$ 364.595
TOTAL EGRESOS	\$ 136.766	\$ 147.847	\$ 160.088	\$ 173.447	\$ 188.197	\$ 204.422	\$ 222.269	\$ 241.901	\$ 263.497	\$ 287.252	\$ 313.383	\$ 342.126
INGRESOS - EGRESOS	-\$ 9.230	-\$ 7.280	-\$ 5.413	-\$ 3.360	-\$ 1.102	\$ 1.383	\$ 4.116	\$ 7.122	\$ 10.429	\$ 14.067	\$ 18.068	\$ 22.469
I - E ACUMULADOS	-\$ 521.942	-\$ 529.223	-\$ 534.656	-\$ 537.996	-\$ 539.098	-\$ 537.715	-\$ 533.599	-\$ 526.477	-\$ 516.048	-\$ 501.981	-\$ 483.914	-\$ 461.444

AÑO 4												
P&L	jul-27	ago-27	sep-27	oct-27	nov-27	dic-27	ene-28	feb-28	mar-28	abr-28	may-28	jun-28
INGRESOS BRUTOS BEANS	\$ 431.998	\$ 455.274	\$ 479.589	\$ 505.275	\$ 532.416	\$ 561.102	\$ 591.428	\$ 623.498	\$ 657.421	\$ 693.315	\$ 731.306	\$ 771.530
TOTAL EGRESOS	\$ 400.748	\$ 419.359	\$ 438.899	\$ 459.417	\$ 480.961	\$ 503.582	\$ 527.334	\$ 552.274	\$ 578.460	\$ 605.956	\$ 634.827	\$ 665.142
INGRESOS - EGRESOS	\$ 31.250	\$ 35.916	\$ 40.690	\$ 45.858	\$ 51.455	\$ 57.520	\$ 64.094	\$ 71.224	\$ 78.961	\$ 87.359	\$ 96.479	\$ 106.388
I - E ACUMULADOS	-\$ 430.194	-\$ 394.278	-\$ 353.588	-\$ 307.730	-\$ 256.275	-\$ 198.756	-\$ 134.662	-\$ 63.437	\$ 15.523	\$ 102.882	\$ 199.361	\$ 305.749

AÑO 5												
P&L	jul-28	ago-28	sep-28	oct-28	nov-28	dic-28	ene-29	feb-29	mar-29	abr-29	may-29	jun-29
INGRESOS BRUTOS BEANS	\$ 903.985	\$ 950.900	\$ 999.975	\$ 1.051.658	\$ 1.106.093	\$ 1.163.435	\$ 1.223.847	\$ 1.287.505	\$ 1.354.592	\$ 1.425.304	\$ 1.499.850	\$ 1.578.452
TOTAL EGRESOS	\$ 777.236	\$ 814.457	\$ 853.539	\$ 894.575	\$ 937.662	\$ 982.904	\$ 1.030.408	\$ 1.080.288	\$ 1.132.661	\$ 1.187.653	\$ 1.245.595	\$ 1.306.023
INGRESOS - EGRESOS	\$ 126.749	\$ 136.443	\$ 146.436	\$ 157.083	\$ 168.430	\$ 180.530	\$ 193.439	\$ 207.217	\$ 221.931	\$ 237.651	\$ 254.456	\$ 272.429
I - E ACUMULADOS	\$ 432.498	\$ 568.941	\$ 715.377	\$ 872.460	\$ 1.040.891	\$ 1.221.421	\$ 1.414.860	\$ 1.622.077	\$ 1.844.007	\$ 2.081.658	\$ 2.336.114	\$ 2.608.542

15.5. Principales Drivers del Modelo económico

- Captación de clientes: Es el motor fundamental de crecimiento. La sola venta de tokens permite la reinversión del capital para generar nuevas ventas. A mayor cantidad de ventas, mayor volumen de ingresos por comisión y rendimiento y mayor velocidad para alcanzar el punto de equilibrio.
- Análisis de mercado de propiedades: El óptimo análisis del mercado permite la compra de las mejores oportunidades para inversión. A mejor oportunidad de compra, mayor rendimiento de la inversión. Esto significa un mayor ingreso por rendimiento por token.
- Tecnología: Estar a la vanguardia de la tecnología y ofrecer a los clientes el mejor servicio, plataforma y seguridad nos hace estar a la vanguardia del mercado.
- Club de beneficios: Entender a nuestros clientes, hacerlos sentir parte y exponenciarlos son las claves para que ellos quieran reinvertir sus ganancias con nosotros generando mayores volúmenes de activos luego de capitalizar sus ganancias.

15.6. Cuadro de resultados

El siguiente cuadro de resultados se basa en las proyecciones anteriores. Cabe destacar la siguiente consideración. El impuesto a las ganancias se contempla desde el tercer año, considerando que la actividad de la empresa arranca en el año 1 y no se cuenta con actividad ni balances previos y recién al tercer año se alcanzan resultados positivos.

P&L en USD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Variables Macro					
TC	1173,8	1756,0	2225,8	2476,6	2602,7
Inflación	138,1%	48,0%	25,3%	10,0%	4,0%
Ingresos	\$ 210.000	\$ 770.536	\$ 2.732.412	\$ 7.034.154	\$ 14.552.702
Costos directos	\$ 338.500	\$ 443.500	\$ 811.000	\$ 1.612.400	\$ 2.947.573
Margen Bruto	-\$ 128.500	\$ 327.036	\$ 1.921.412	\$ 5.421.754	\$ 11.605.129
%MB	-61%	42%	70%	77%	80%
IIBB	\$ 126.000	\$ 441.000	\$ 1.543.500	\$ 3.858.750	\$ 7.717.500
Débito/Crédito	\$ 27.231	\$ 90.861	\$ 313.566	\$ 781.424	\$ 1.561.185
EBIT	-\$ 281.731	-\$ 204.825	\$ 64.346	\$ 781.579	\$ 2.326.444
Margen EBIT	-134%	-27%	2%	11%	16%
Impuesto a las Ganancias			\$ 22.521	\$ 273.553	\$ 814.255
Resultado Neto en USD	-\$ 281.731	-\$ 204.825	\$ 41.825	\$ 508.027	\$ 1.512.189

Valores expresados en USD.

15.7. Flujo de Fondos del Proyecto

Para el desarrollo del flujo de fondos se tuvieron en cuenta las siguientes consideraciones:

- EBIT = Ventas de tokens –NOF (compra de departamento) – Pago a inversores (Pago de capital de inversión + intereses) – Costos de estructura.
- NOPAT = EBIT – Impuesto a las ganancias.
- CAPEX: Se plantean inversiones relacionadas a compra de computadoras y mejora de sistemas.
- En el flujo de fondos se determina el Valor actual neto y la tasa interna de retorno mediante flujos a perpetuidad a través del método de política de financiamiento pasiva. Para estimar el Ku tenemos que definir los siguientes puntos:
 - Beta desapalancada de la industria: El dato lo tomamos de la información que brinda Aswath Damodaran en su portal <https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>. Si bien nuestra actividad se relaciona al real estate, nuestro negocio es más bien una forma de inversión minorista. Es por esto que consideramos nuestra Beta desapalancada 0,78.

- Retorno libre de riesgo: Según el promedio de los últimos 10 años de los bonos del Tesoro Americano el valor a utilizar es 4,18%.

- Prima de riesgo País: De la misma manera que el punto anterior, según el promedio de los últimos 10 años es 11,35%.

- Prima de riesgo del Mercado: Tomamos un valor promedio histórico que se suele mantener en el tiempo y es del 6%.

Bu	0,78
Prima de Riesgo de Mercado	6%
Prima de Riesgo Pais	11,35%
Retorno Libre de Riesgo	4,18%
Ku	20,21%

EBIT	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja Operativa Inicio						
Ventas		\$ 4.200.000	\$ 16.172.144	\$ 58.936.612	\$ 157.480.278	\$ 341.893.946
NOF	-\$ 600.000	-\$ 3.990.000	-\$ 13.965.000	-\$ 49.739.465	-\$ 126.072.591	-\$ 259.011.620
Pagos a inversores		\$ -	-\$ 1.436.608	-\$ 6.464.735	-\$ 24.373.533	-\$ 68.329.624
Costos de estructura	-\$ 100.000	-\$ 491.731	-\$ 975.361	-\$ 2.668.066	-\$ 6.252.574	-\$ 12.226.258
EBIT	-\$ 700.000	-\$ 281.731	-\$ 204.825	\$ 64.346	\$ 781.579	\$ 2.326.444
Inversion en AN en USD						

NOPAT						
EBIT	-\$ 700.000	-\$ 281.731	-\$ 204.825	\$ 64.346	\$ 781.579	\$ 2.326.444
Impuesto a las Ganancias				\$ 22.521	\$ 273.553	\$ 814.255
NOPAT USD	-\$ 700.000	-\$ 281.731	-\$ 204.825	\$ 41.825	\$ 508.027	\$ 1.512.189

FFL	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOPAT USD	-\$ 700.000	-\$ 281.731	-\$ 204.825	\$ 41.825	\$ 508.027	\$ 1.512.189
CAPEX			-\$ 10.000	-\$ 20.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000
FFL USD	-\$ 700.000	-\$ 281.731	-\$ 214.825	\$ 21.825	\$ 468.027	\$ 1.472.189
Valor del negocio	-\$ 700.000	-\$ 281.731	-\$ 214.825	\$ 21.825	\$ 468.027	\$ 8.756.645

TIR USD	58%
----------------	------------

VAN	\$ 4.639.593
------------	---------------------

De esta manera podemos afirmar que el período de recupero de inversión (PRI) es de 4,09 años.

15.8. Sensibilidad del Proyecto

Para el análisis de sensibilidad de proyecto analizaremos como las principales drivers detalladas anteriormente impactan sobre la TIR, VAN y PRI.

- Retraso en captación de clientes: Nuestro modelo de negocios se fundamenta en el manejo de grandes volúmenes de activos. Para el resultado sea exitoso es necesario una rápida expansión de clientes. Analizamos la situación para el caso de un crecimiento anual un 30% menor al estimado.
- Incorrecto análisis de mercado de propiedades: Es fundamental el análisis minucioso y la óptima negociación de las mejores oportunidades de inversión para alcanzar los máximos rendimientos para nuestros clientes y así maximizar nuestras ganancias. Analizamos el caso de malas inversiones que generen un 36% a tres años en lugar de un 45%.
- Caída de la fidelidad de nuestros clientes: Una inyección sumamente importante de capital para el crecimiento de nuestro negocio es que nuestros clientes que capitalizan ganancias vuelvan a invertir su capital con nosotros. En este caso analizamos nuestro negocio para una fidelidad del 20% en lugar del 60% estimado.
- Caída del PBI: Si bien el contexto de cambio de políticas marco del país genera perspectivas positivas a mediano plazo, debemos analizar la posibilidad de que esto no ocurra. Se considera que una caída del PBI afectará directamente en el bolsillo de nuestros inversores. Para su análisis consideramos la disminución de un 10% del valor del ticket promedio de nuestro SOM.

Sensibilización de Variables en USD	TIR	VAN	PRI (Años)
Escenario Base con perpetuidad	58%	\$ 4.639.593	4,09
Retraso de captación de clientes	40%	\$ 2.189.168	4,23
Caída de fidelidad de clientes	58%	\$ 4.569.746	4,09
Incorreto análisis de mercado de propiedades	52%	\$ 3.751.815	4,12
Caída del PBI	53%	\$ 3.914.318	4,12

A continuación se detallan algunas medidas de mitigación para cada uno de los posibles escenarios de sensibilización:

- Retraso en captación de clientes: Buscaremos reforzar la comunicación de nuestra propuesta de valor, mayores campañas de marketing y educación financiera.
- Caída de fidelidad de clientes: Maximizaremos nuestros esfuerzos para entender a nuestros clientes para saber qué es lo que los hace sentir cómodo de hacer rendir sus ahorros con nosotros y cuáles son sus metas a corto y largo plazo. Así podremos optimizar los beneficios y recuperar la fidelidad.
- Incorrecto análisis de mercado de propiedades: Buscaremos reforzar conocimiento en el mercado inmobiliario, estandarizar KPIs de búsqueda, de manera de masificar las oportunidades analizadas y a través de distintos filtros de búsqueda.
- Caída del PBI: Buscaremos reforzar la captación de clientes para lograr alcanzar los volúmenes de activos necesarios para mantener el equilibrio con menores ingresos a mayor cantidad de clientes.

16. Aspectos legales y Regulatorios

Como toda industria financiera Beans Capital debería regulada por la Comisión Nacional de Valores. A pesar de haber un horizonte positivo, el financiamiento de proyectos de desarrollo inmobiliario mediante la tokenización de activos todavía no se encuentra regulada en la Argentina. Es por esto que la casa matriz deberá estar situado en otro país con las condiciones regulatorias adecuadas y ser Argentina una de las sedes asociadas a la casa matriz para llevar a cabo la actividad y tener preparado un modelo de escalabilidad global del negocio.

En España, la tokenización de proyectos de Real Estate se encuentra regulada por la Ley 5/2019, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario y el Real Decreto 106/2018, por el que se regula el Fondo de Capital Riesgo y otras entidades de inversión colectiva de tipo cerrado.

Estas leyes establecen el marco legal para la emisión de tokens respaldados por activos de Real Estate y su venta a través de plataformas de financiación participativa. Algunas de las principales disposiciones que regulan la financiación de proyectos de Real Estate a través de tokenización en España son las siguientes:

- La emisión y venta de tokens respaldados por activos de Real Estate deben estar autorizadas por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y cumplir con ciertos requisitos legales y contables.
- Las plataformas de financiación participativa que ofrecen tokens respaldados por activos de Real Estate deben estar registradas y autorizadas por la CNMV y cumplir con ciertos requisitos de transparencia y divulgación de información.
- Los inversores pueden adquirir tokens respaldados por activos de Real Estate, que representan una fracción del activo subyacente, y participar en los ingresos generados por el mismo.
- Los promotores de proyectos de Real Estate pueden financiar sus proyectos a través de la venta de tokens, lo que les permite obtener financiación de forma más rápida y eficiente que a través de métodos

tradicionales.

La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) es el organismo encargado de autorizar y regular las emisiones de tokens respaldados por activos de Real Estate en España. Algunos de los requisitos que la CNMV establece para la financiación de proyectos de Real Estate con tokenización son los siguientes:

- Autorización previa: Toda emisión de tokens respaldados por activos de Real Estate debe contar con la autorización previa de la CNMV. Esta autorización se concede una vez que se ha verificado que la emisión cumple con los requisitos legales y contables establecidos.
- Divulgación de información: Los emisores de tokens deben proporcionar información detallada sobre el activo subyacente y el proyecto inmobiliario en cuestión, así como sobre los términos y condiciones de la emisión. Esta información debe ser clara, concisa y accesible a los inversores potenciales.
- Transparencia: Las plataformas de financiación participativa que ofrecen tokens respaldados por activos de Real Estate deben cumplir con ciertos requisitos de transparencia en cuanto a la información proporcionada a los inversores, la gestión de los fondos recaudados y el seguimiento del proyecto inmobiliario.
- Protección de los inversores: La CNMV establece requisitos de protección para los inversores, incluyendo la necesidad de que los emisores y las plataformas de financiación participativa sean transparentes y estén debidamente autorizados y registrados.

Es por esto que elegimos a España como nuestra sede central y adoptamos el marco legal detallado. Para poder traer a la Argentina nuestro negocio se abrirá una empresa en el país y otra en Uruguay. Cuando un cliente compra un token, automáticamente está ingresando su dinero a nuestra sede España. España le presta el dinero a la sede Argentina bajo el marco de un mutuo con una baja tasa de interés predefinido para la compra de los activos. Con la capitalización de

ganancias por la venta de los inmuebles la sede Argentina le devuelve los préstamos a España con su respectivo interés. La sede Uruguay le cobra a la sede Argentina las ganancias superadoras de esa tasa de interés en concepto de honorarios por servicios y es desde esta sede desde la cual se puede transferir dichas ganancias a España para el pago de los tokens a los clientes a través de nuestra plataforma.



Universidad de
San Andrés

17. Bibliografía:

Páginas consultadas:

- www.bcra.gob.ar
- www.indec.gob.ar
- www.cnv.gov.ar
- www.es.statista.com
- www.pages.stern.nyu.edu/~adamodar
- www.datos.bancomundial.org
- www.ilo.org
- www.worldbank.org

Libros consultados:

- What is Strategy, Michael Porter. Diciembre 1996.
- Michael Porter. On Competition. Chapter 6 and 7.
- The Secret to successful Strategy Execution. Gary Neilson, Karla Martin and Elizabeth Powers.
- Customer Experience System. Technical Note Kellogg School of Management. 2009.
- Introducción a la Economía. Gabriela Stola y Federico Sturzenegger. Agosto 2022.
- El shock del Covid 19 y los senderos de inestabilidad Argentina. Fanelli, J., Albrieu, R. (2020).
- The Innovator's Dilemma. Harvard Business Review Press. Christensen, C. (1997).
- Good to Great: Why Some Companies Make the Leap and Others Don't. HarperBusiness. Collins, J. (2001).
- Marketing Management. Pearson Prentice Hall. Kotler, P. (2009).

- Business Model Generation. John Wiley & Sons. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010).
- The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business. Ries, E. (2011).



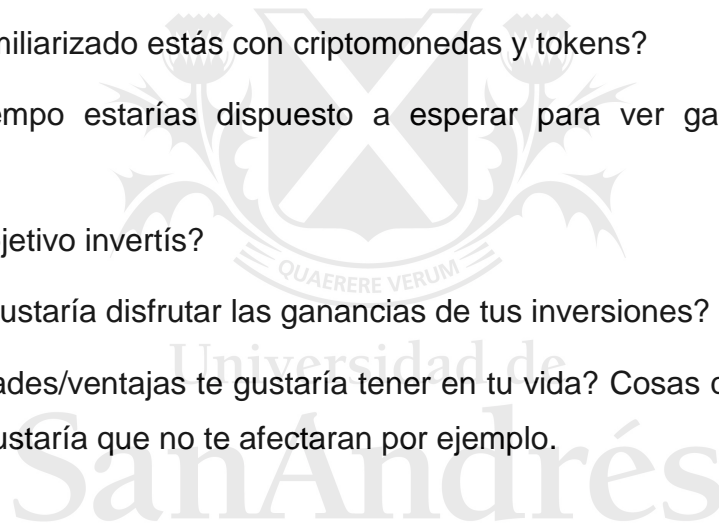
Universidad de
San Andrés

18. Anexos

Anexo 1

Encuesta:


- 1- ¿Cuántos años tenes? ¿A qué te dedicas? ¿Cuánto conocimiento sobre inversiones consideras que tenes?
- 2- ¿Qué porcentaje de tu sueldo lo ahorras?
- 3- ¿De qué manera ahorras? ¿Haces inversiones? ¿Te consideras un inversor arriesgado o conservador?
- 4- ¿Qué opinión tenes de la industria de Real Estate?
- 5- ¿Qué tan familiarizado estás con criptomonedas y tokens?
- 6- ¿Cuánto tiempo estarías dispuesto a esperar para ver ganancias de una inversión?
- 7- ¿Con qué objetivo invertís?
- 8- ¿En qué te gustaría disfrutar las ganancias de tus inversiones?
- 9- ¿Qué facilidades/ventajas te gustaría tener en tu vida? Cosas que molestan del día a día y te gustaría que no te afectaran por ejemplo.



Anexo 2

Los tres arquetipos de cliente:

ARQUETIPO B2C



Nombre
ENTUSIASTAS

Demografía
Edad: Entre 23 y 35 años.
Educación: Profesionales.
Rango salarial: u\$s1.000 a u\$s2.000

Redes sociales



Psicografía

- Vive el presente.
- Gasta sus ahorros en viajes.
- Podría cobrar en dólares.
- Toma mayores riesgos.
- Presume el estilo de vida.
- Quiere pertenecer.
- Son ansiosos.

Jobs to be done

- Ganar dinero.
- Capacitarse en inversiones.

Pains

- No ver las ganancias rápidamente.
- Sentir que perdieron el tiempo con esta inversión.
- Necesitar gastar el dinero antes de capitalizar ganancias.

Ocasiones de compra

- Maximizar sus pocos ahorros.
- Convertirse en inversor.

Drivers de compra

- Generar una ganancia por sobre sus pares.
- Sentirse inversor.
- Porque los otros compran

Motivos para la compra

- Quieren hacer plata fácil

Gains

- Poder disfrutar la vida sin preocuparse por el dinero.
- Alcanzar el estilo de vida soñado.
- Sentirse mas inteligente que los demás.

Universidad de
San Andrés

ARQUETIPO B2C



Nombre

MEDIO CAMINO

Demografía

Edad: Entre 30 y 45 años.
Educación: Profesionales con seniority.
Rango salarial: u\$s2.000 a u\$s3.000

Redes sociales



Psicografía

- Le preocupa el futuro.
- Esta armando la familia.
- Piensa en ahorrar.
- Invierte con un horizonte claro.
- Todo beneficio es bienvenido.
- Busca oportunidades.
- Es precavido.

Jobs to be done

- Ganar dinero.
- Capacitarse en inversiones.
- Animarse a invertir.

Pains

- Ser estafado.
- Necesitar gastar el dinero antes de capitalizar ganancias.
- Invertir más de lo que debería.
- Estar arriesgando el fondo de reserva de la familia.

Ocasiones de compra

- Generar una reserva de valor a largo o mediano plazo.

Drivers de compra

- Comprar una propiedad.
- Maximizar ahorros con bajo riesgo.

Motivos para la compra

- Busca la seguridad financiera

Gains

- Estabilidad económica
- Tener un techo propio.
- Dormir tranquilo.

ARQUETIPO B2C



Nombre

JUBILADOS

Demografía

Edad: Entre 40 y 60 años.
Educación: Profesionales o no.
Rango salarial: indistinto.
Tiene ahorros de toda la vida o herencias.

Redes sociales



Psicografía

- Vive el presente y disfruta la vida.
- Gasta sus ahorros en viajes.
- Posee ahorros de toda la vida.
- Busca claridad en sus movimientos
- Busca diversificar.
- Quiere pertenecer y sentirse jóvenes.

Jobs to be done

- Abrirse a lo nuevo, perder el miedo a lo desconocido.

Pains

- Perder la herencia familiar.
- Ser estafado.

Ocasiones de compra

- No guardar la plata abajo del colchón.
- Vivir de los intereses.

Drivers de compra

- La confianza en sus hijos.
- La seguridad en una inversión tangible (inmueble)

Motivos para la compra

- Porque sus hijos se lo dicen.

Gains

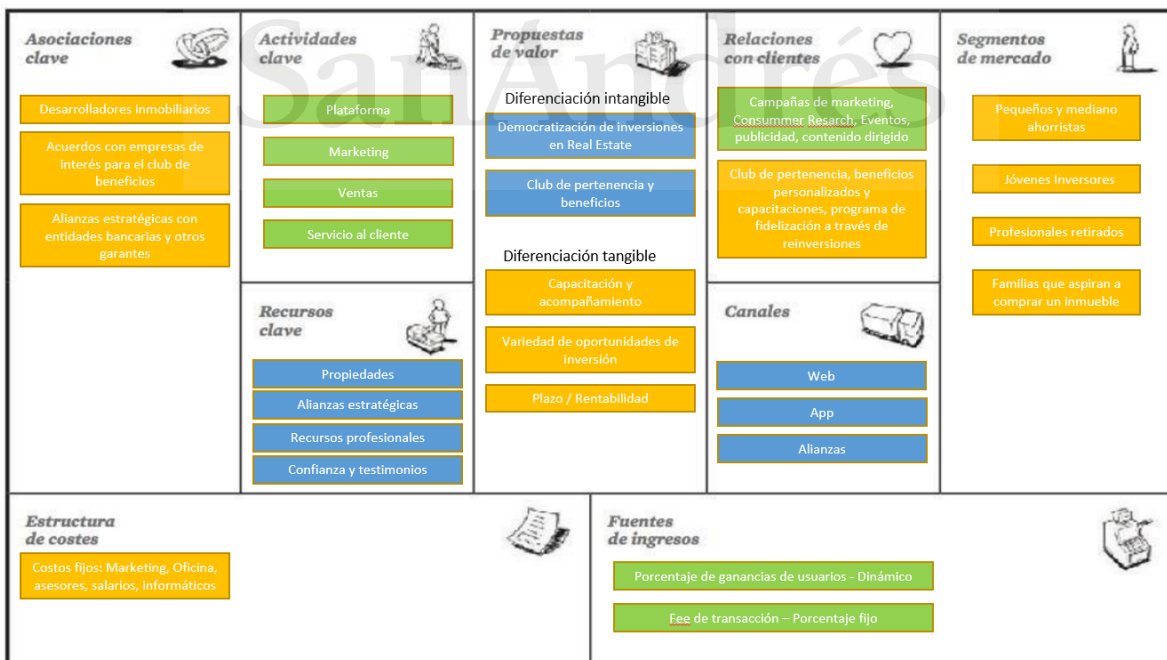
- Generar un interés que le pague su jubilación.
- Facilidades y beneficios para disfrutar la vida.

Anexo 3



Anexo 4

BUSINESS MODEL CANVAS



Anexo 5

Correo de presentación MVP.

Somos **BEANS Capital**

¡Llegó **BEANS CAPITAL!** Somos un equipo de profesionales especializados en la búsqueda de las mejores oportunidades de inversión en el mercado de desarrollos inmobiliarios.

A través de la seguridad y eficiencia que brinda la Blockchain te invitamos a participar de los mejores proyectos desde montos de u\$s50 mediante la compra de tokens asociados.

La tecnología en el mundo de las inversiones llegó para quedarse y nosotros nos encargamos de acompañarte a alcanzar tus objetivos y al mismo tiempo te ayudamos a disfrutar la vida siendo parte de nuestra comunidad de inversores.

Te invitamos a nuestro sitio para conocernos y entender de qué se trata.

<https://beanscapitalarg.wixsite.com/inicio>

¡No dudes en contactarnos!

Beans 

Capital



Anexo 6

Web Beans Capital

Beans



Capital

Somos una empresa que se especializa en la democratización de las inversiones inmobiliarias. A través de la tokenización de activos inmobiliarios le damos a nuestros clientes la posibilidad de poder invertir de forma segura, confiable e innovadora en las mejores oportunidades de la industria de Real Estate.



ME INTERESA →

Anexo 7

Formulario de consulta.

ME INTERESA →

ENTREMOS EN CONTACTO

Av. Libertador 6967 piso 44

beans.capital.arg@gmail.com

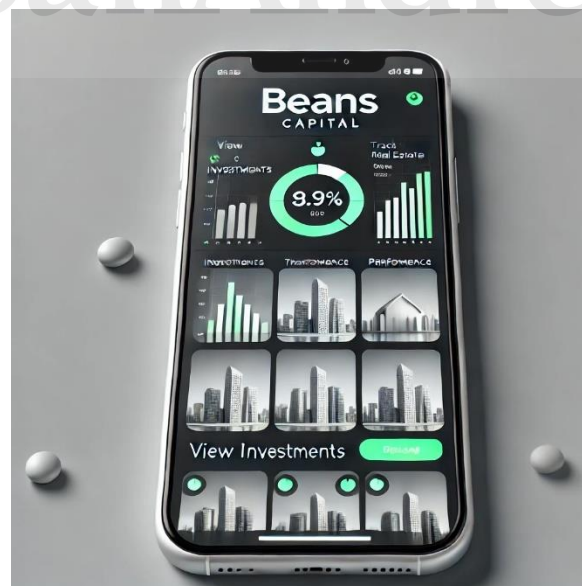
123-456-7890

Nombre *	Email *
Ingresar tu nombre	Ingresar tu email
Teléfono	Dirección
Introduce tu número de teléfono...	Ingresar tu dirección
Asunto	
Escribe el asunto	
Mensaje	
Escribe tu mensaje aquí...	

Enviar

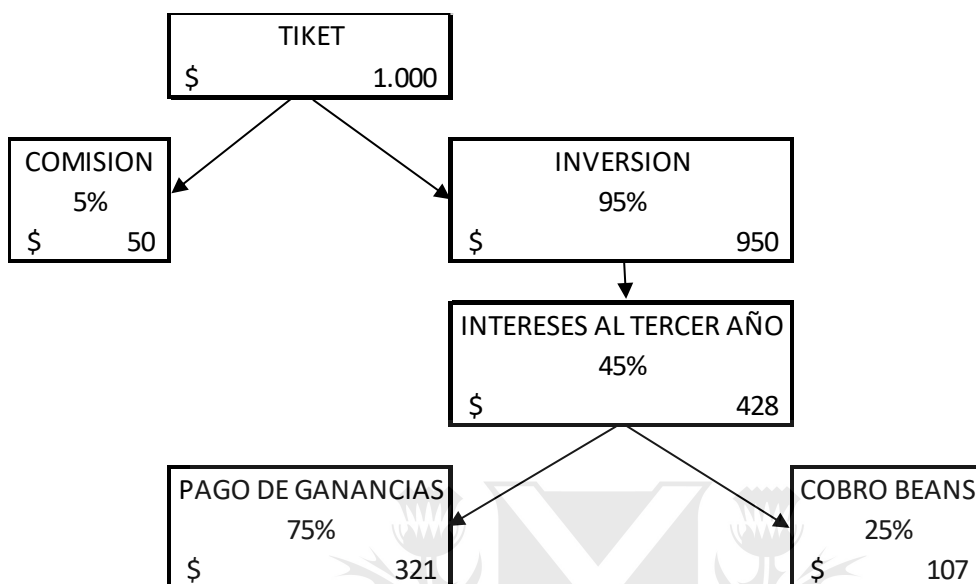
Anexo 8

App móvil Beans Capital:



Anexo 9

Modelo de monetización BEANS CAPITAL



Anexo 10

Apertura Egresos Anuales en Pesos convertidos a USD:

COSTOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
COSTOS PERSONAL						
ADMINISTRATIVOS	\$ 22.889.100	\$ 34.241.844	\$ 43.403.558	\$ 53.123.477	\$ 64.203.118	
USD	\$ 19.500	\$ 19.500	\$ 19.500	\$ 21.450	\$ 24.668	
DESARROLLADORES	\$ 42.256.800	\$ 63.215.711	\$ 80.129.646	\$ 98.074.112	\$ 118.528.834	
USD	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 39.600	\$ 45.540	
VENDEDORES	\$ 91.556.400	\$ 136.967.374	\$ 173.614.233	\$ 212.493.909	\$ 256.812.474	
USD	\$ 78.000	\$ 78.000	\$ 78.000	\$ 85.800	\$ 98.670	
MANAGEMENT	\$ 76.297.000	\$ 114.139.479	\$ 144.678.527	\$ 177.078.258	\$ 214.010.395	
USD	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 71.500	\$ 82.225	
MARKETING						
CAMPAÑAS DE MARKETING	\$ 23.476.000	\$ 35.119.840	\$ 44.516.470	\$ 54.485.618	\$ 65.849.352	
USD	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 22.000	\$ 25.300	
INFRAESTRUCTURA						
OFICINAS	\$ 42.256.800	\$ 63.215.711	\$ 80.129.646	\$ 98.074.112	\$ 118.528.834	
USD	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 39.600	\$ 45.540	
TELEFONIA	\$ 7.042.800	\$ 10.535.952	\$ 13.354.941	\$ 16.345.685	\$ 19.754.806	
USD	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.600	\$ 7.590	
SISTEMAS	\$ 42.256.800	\$ 63.215.711	\$ 80.129.646	\$ 98.074.112	\$ 118.528.834	
USD	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 39.600	\$ 45.540	

Anexo 11

Soporte análisis flujos mensuales expresados en USD:

	jul-24	ago-24	sep-24	oct-24	nov-24	dic-24	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25
SOM	196	216	238	261	288	316	348	383	421	463	509	560
CRECIMIENTO ORGANICO ANUAL												
EVOLUCION SHARE	0,04%	0,04%	0,05%	0,05%	0,06%	0,06%	0,07%	0,08%	0,08%	0,09%	0,10%	0,11%
INGRESOS POR VENTAS ORGANICAS (USD)	\$ 196.406	\$ 216.047	\$ 237.651	\$ 261.416	\$ 287.558	\$ 316.314	\$ 347.945	\$ 382.740	\$ 421.014	\$ 463.115	\$ 509.426	\$ 560.369
INGRESOS POR COMISION/CLIENTE	\$ 9.820	\$ 10.802	\$ 11.883	\$ 13.071	\$ 14.378	\$ 15.816	\$ 17.397	\$ 19.137	\$ 21.051	\$ 23.156	\$ 25.471	\$ 28.018
INGRESOS POR FIDELIDAD												
INGRESOS PARCIALES	\$ 186.586	\$ 205.244	\$ 225.769	\$ 248.345	\$ 273.180	\$ 300.498	\$ 330.548	\$ 363.603	\$ 399.963	\$ 439.959	\$ 483.955	\$ 532.351
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 1 AÑO												
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 2 AÑOS												
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 3 AÑOS												
RENDIMIENTO INVERSIONES												
PAGO DE GANANCIAS A INVERSORES												
INGRESOS BEANS POR RENDIMIENTO												
PAGO DE CAPITAL + GANANCIAS A INVERSORES												
FIDELIDAD COMUNIDAD BEANS (SIN COMISION)												
INGRESOS BRUTOS BEANS	\$ 9.820	\$ 10.802	\$ 11.883	\$ 13.071	\$ 14.378	\$ 15.816	\$ 17.397	\$ 19.137	\$ 21.051	\$ 23.156	\$ 25.471	\$ 28.018
COSTOS												
	AÑO 1											
	jul-24	ago-24	sep-24	oct-24	nov-24	dic-24	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25
COSTOS PERSONAL	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625
ADMINISTRATIVOS	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
DESARROLLADORES	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
VENDEDORES	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
MANAGEMENT	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
MARKETING	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667
CAMPAÑAS DE MARKETING	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
INFRAESTRUCTURA	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
OFICINAS	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
TELEFONIA	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
SISTEMAS	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
PARCIAL EGRESOS OPERATIVOS	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792
CLUB DE BENEFICIOS	\$ 1.964	\$ 2.160	\$ 2.377	\$ 2.614	\$ 2.876	\$ 3.163	\$ 3.479	\$ 3.827	\$ 4.210	\$ 4.631	\$ 5.094	\$ 5.604
PARCIAL EGRESOS	\$ 27.756	\$ 27.952	\$ 28.168	\$ 28.406	\$ 28.667	\$ 28.955	\$ 29.271	\$ 29.619	\$ 30.002	\$ 30.423	\$ 30.886	\$ 31.395
IMPUESTOS												
IIBB	\$ 5.892	\$ 6.481	\$ 7.130	\$ 7.842	\$ 8.627	\$ 9.489	\$ 10.438	\$ 11.482	\$ 12.630	\$ 13.893	\$ 15.283	\$ 16.811
Débitos/Créditos	\$ 1.345	\$ 1.464	\$ 1.595	\$ 1.739	\$ 1.897	\$ 2.072	\$ 2.263	\$ 2.474	\$ 2.706	\$ 2.961	\$ 3.242	\$ 3.551
TOTAL EGRESOS	\$ 34.993	\$ 35.898	\$ 36.893	\$ 37.987	\$ 39.191	\$ 40.516	\$ 41.973	\$ 43.575	\$ 45.338	\$ 47.277	\$ 49.411	\$ 51.757

	jul-25	ago-25	sep-25	oct-25	nov-25	dic-25	ene-26	feb-26	mar-26	abr-26	may-26	jun-26
SOM	659	758	833	917	1009	1109	1220	1342	1477	1624	1787	1955
CRECIMIENTO ORGANICO ANUAL												
EVOLUCION SHARE	0,13%	0,15%	0,17%	0,18%	0,20%	0,22%	0,24%	0,27%	0,30%	0,32%	0,36%	0,39%
INGRESOS POR VENTAS ORGANICAS (USD)	\$ 658.872	\$ 757.703	\$ 833.474	\$ 916.821	\$ 1.008.503	\$ 1.109.353	\$ 1.220.289	\$ 1.342.318	\$ 1.476.549	\$ 1.624.204	\$ 1.786.625	\$ 1.965.287
INGRESOS POR COMISION/CLIENTE	\$ 32.944	\$ 37.885	\$ 41.674	\$ 45.841	\$ 50.425	\$ 55.468	\$ 61.014	\$ 67.116	\$ 73.827	\$ 81.210	\$ 89.331	\$ 98.264
INGRESOS POR FIDELIDAD												
INGRESOS PARCIALES	\$ 625.929	\$ 719.818	\$ 791.800	\$ 870.980	\$ 958.078	\$ 1.053.886	\$ 1.159.274	\$ 1.275.202	\$ 1.402.722	\$ 1.542.994	\$ 1.697.294	\$ 1.867.023
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 1 AÑO	\$ 6.647	\$ 7.312	\$ 8.043	\$ 8.847	\$ 9.732	\$ 10.705	\$ 11.776	\$ 12.953	\$ 14.249	\$ 15.674	\$ 17.241	\$ 18.965
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 2 AÑOS												
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 3 AÑOS												
RENDIMIENTO INVERSIONES	\$ 6.647	\$ 7.312	\$ 8.043	\$ 8.847	\$ 9.732	\$ 10.705	\$ 11.776	\$ 12.953	\$ 14.249	\$ 15.674	\$ 17.241	\$ 18.965
PAGO DE GANANCIAS A INVERSORES	\$ 4.985	\$ 5.484	\$ 6.032	\$ 6.635	\$ 7.299	\$ 8.029	\$ 8.832	\$ 9.715	\$ 10.687	\$ 11.755	\$ 12.931	\$ 14.224
INGRESOS BEANS POR RENDIMIENTO	\$ 1.662	\$ 1.828	\$ 2.011	\$ 2.212	\$ 2.433	\$ 2.676	\$ 2.944	\$ 3.238	\$ 3.562	\$ 3.918	\$ 4.310	\$ 4.741
PAGO DE CAPITAL + GANANCIAS A INVERSORES	\$ 67.181	\$ 73.899	\$ 81.288	\$ 89.417	\$ 98.359	\$ 108.195	\$ 119.014	\$ 130.916	\$ 144.007	\$ 158.408	\$ 174.249	\$ 191.674
FIDELIDAD COMUNIDAD BEANS (SIN COMISION)	\$ 40.308	\$ 44.339	\$ 48.773	\$ 53.650	\$ 59.015	\$ 64.917	\$ 71.409	\$ 78.550	\$ 86.404	\$ 95.045	\$ 104.549	\$ 115.004
INGRESOS BRUTOS BEANS	\$ 34.605	\$ 39.713	\$ 43.684	\$ 48.053	\$ 52.858	\$ 58.144	\$ 63.958	\$ 70.354	\$ 77.390	\$ 85.129	\$ 93.641	\$ 103.006
AÑO 2												
COSTOS	jul-25	ago-25	sep-25	oct-25	nov-25	dic-25	ene-26	feb-26	mar-26	abr-26	may-26	jun-26
COSTOS PERSONAL	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625
ADMINISTRATIVOS	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
DESARROLLADORES	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
VENDEDORES	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
MANAGMENT	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667
MARKETING												
CAMPAÑAS DE MARKETING	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
INFRAESTRUCTURA	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
OFICINAS	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
TELEFONIA												
SISTEMAS												
PARCIAL EGRESOS OPERATIVOS	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792
CLUB DE BENEFICIOS	\$ 6.589	\$ 7.577	\$ 8.335	\$ 9.168	\$ 10.085	\$ 11.094	\$ 12.203	\$ 13.423	\$ 14.765	\$ 16.242	\$ 17.866	\$ 19.653
PARCIAL EGRESOS	\$ 32.380	\$ 33.369	\$ 34.126	\$ 34.960	\$ 35.877	\$ 36.885	\$ 37.995	\$ 39.215	\$ 40.557	\$ 42.034	\$ 43.658	\$ 45.445
IMPUESTOS												
IIIBB	\$ 19.766	\$ 22.731	\$ 25.004	\$ 27.505	\$ 30.255	\$ 33.281	\$ 36.609	\$ 40.270	\$ 44.296	\$ 48.726	\$ 53.599	\$ 58.959
Débitos/créditos	\$ 4.148	\$ 4.746	\$ 5.206	\$ 5.711	\$ 6.266	\$ 6.877	\$ 7.550	\$ 8.289	\$ 9.103	\$ 9.997	\$ 10.982	\$ 12.064
TOTAL EGRESOS	\$ 56.294	\$ 60.846	\$ 64.336	\$ 68.175	\$ 72.398	\$ 77.043	\$ 82.153	\$ 87.774	\$ 93.956	\$ 100.757	\$ 108.238	\$ 116.468

	jul-26	ago-26	sep-26	oct-26	nov-26	dic-26	ene-27	feb-27	mar-27	abr-27	may-27	jun-27
SOM	2406	2647	2911	3202	3523	3875	4262	4689	5157	5673	6240	6865
CRECIMIENTO ORGANICO ANUAL EVOLUCION SHARE	0,48%	0,53%	0,58%	0,64%	0,70%	0,77%	0,85%	0,94%	1,03%	1,13%	1,25%	1,37%
INGRESOS POR VENTAS ORGANICAS (USD)	\$ 2.405.973	\$ 2.646.570	\$ 2.911.227	\$ 3.202.349	\$ 3.522.584	\$ 3.874.843	\$ 4.262.327	\$ 4.688.560	\$ 5.157.416	\$ 5.673.157	\$ 6.240.473	\$ 6.864.521
INGRESOS POR COMISION/CLIENTE	\$ 120.299	\$ 132.328	\$ 145.561	\$ 160.117	\$ 176.129	\$ 193.742	\$ 213.116	\$ 234.428	\$ 257.871	\$ 283.658	\$ 312.024	\$ 343.226
INGRESOS POR FIDELIDAD	\$ 40.308	\$ 44.339	\$ 48.773	\$ 53.650	\$ 59.015	\$ 64.917	\$ 71.409	\$ 78.550	\$ 86.404	\$ 95.045	\$ 104.549	\$ 115.004
INGRESOS PARCIALES	\$ 2.325.982	\$ 2.558.580	\$ 2.814.439	\$ 3.095.882	\$ 3.405.471	\$ 3.746.018	\$ 4.120.619	\$ 4.532.681	\$ 4.985.950	\$ 5.484.544	\$ 6.032.999	\$ 6.636.299
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 1 AÑO	\$ 22.299	\$ 25.644	\$ 28.208	\$ 31.029	\$ 34.132	\$ 37.545	\$ 41.299	\$ 45.429	\$ 49.972	\$ 54.969	\$ 60.466	\$ 66.513
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 2 AÑOS	\$ 6.647	\$ 7.312	\$ 8.043	\$ 8.847	\$ 9.732	\$ 10.705	\$ 11.776	\$ 12.953	\$ 14.249	\$ 15.674	\$ 17.241	\$ 18.965
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 3 AÑOS												
RENDIMIENTO INVERSIONES	\$ 28.946	\$ 32.955	\$ 36.251	\$ 39.876	\$ 43.864	\$ 48.250	\$ 53.075	\$ 58.382	\$ 64.221	\$ 70.643	\$ 77.707	\$ 85.478
PAGO DE GANANCIAS A INVERSORES	\$ 21.709	\$ 24.717	\$ 27.188	\$ 29.907	\$ 32.898	\$ 36.187	\$ 39.806	\$ 43.787	\$ 48.165	\$ 52.982	\$ 58.280	\$ 64.108
INGRESOS BEANS POR RENDIMIENTO	\$ 7.236	\$ 8.239	\$ 9.063	\$ 9.969	\$ 10.966	\$ 12.062	\$ 13.269	\$ 14.596	\$ 16.055	\$ 17.661	\$ 19.427	\$ 21.369
PAGO DE CAPITAL+ GANANCIAS A INVERSORES	\$ 230.352	\$ 264.656	\$ 291.121	\$ 320.234	\$ 352.257	\$ 387.483	\$ 426.231	\$ 468.854	\$ 515.739	\$ 567.313	\$ 624.045	\$ 686.449
FIDELIDAD COMUNIDAD BEANS (SIN COMISION)	\$ 138.211	\$ 158.794	\$ 174.673	\$ 192.140	\$ 211.354	\$ 232.490	\$ 255.739	\$ 281.312	\$ 309.444	\$ 340.388	\$ 374.427	\$ 411.870
INGRESOS BRUTOS BEANS	\$ 127.535	\$ 140.567	\$ 154.624	\$ 170.086	\$ 187.095	\$ 205.805	\$ 226.385	\$ 249.024	\$ 273.926	\$ 301.319	\$ 331.450	\$ 364.595
	AÑO 3											
COSTOS	jul-26	ago-26	sep-26	oct-26	nov-26	dic-26	ene-27	feb-27	mar-27	abr-27	may-27	jun-27
COSTOS PERSONAL	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625	\$ 1.625
ADMINISTRATIVOS	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
DESARROLLADORES	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
VENEDORES	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
MANAGEMENT	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
MARKETING	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.667
CAMPAÑAS DE MARKETING												
INFRAESTRUCTURA	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
OFICINAS	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
TELEFONIA	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
SISTEMAS												
PARCIAL EGRESOS OPERATIVOS	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792	\$ 25.792
CLUB DE BENEFICIOS	\$ 24.060	\$ 26.466	\$ 29.112	\$ 32.023	\$ 35.226	\$ 38.748	\$ 42.623	\$ 46.886	\$ 51.574	\$ 56.732	\$ 62.405	\$ 68.645
PARCIAL EGRESOS	\$ 49.851	\$ 52.257	\$ 54.904	\$ 57.815	\$ 61.018	\$ 64.540	\$ 68.415	\$ 72.677	\$ 77.366	\$ 82.523	\$ 88.196	\$ 94.437
IMPUESTOS												
IIBB	\$ 72.179	\$ 79.397	\$ 87.337	\$ 96.070	\$ 105.678	\$ 116.245	\$ 127.870	\$ 140.657	\$ 154.722	\$ 170.195	\$ 187.214	\$ 205.936
Débitos/Créditos	\$ 14.735	\$ 16.193	\$ 17.797	\$ 19.561	\$ 21.502	\$ 23.636	\$ 25.984	\$ 28.567	\$ 31.409	\$ 34.534	\$ 37.972	\$ 41.754
TOTAL EGRESOS	\$ 136.766	\$ 147.847	\$ 160.038	\$ 173.447	\$ 188.197	\$ 204.422	\$ 222.269	\$ 241.901	\$ 263.497	\$ 287.252	\$ 313.383	\$ 342.126

	jul-27	ago-27	sep-27	oct-27	nov-27	dic-27	ene-28	feb-28	mar-28	abr-28	may-28	jun-28
SOM	8081	8485	8909	9355	9822	10314	10829	11371	11939	12536	13163	13821
CRECIMIENTO ORGANICO ANUAL												
EVOLUCION SHARE	1.62%	1.70%	1.78%	1.87%	1.96%	2.06%	2.17%	2.27%	2.39%	2.51%	2.63%	2.76%
INGRESOS POR VENTAS ORGANICAS (USD)	\$ 8.080.918	\$ 8.484.964	\$ 8.909.212	\$ 9.354.673	\$ 9.822.407	\$ 10.313.527	\$ 10.829.203	\$ 11.370.664	\$ 11.939.197	\$ 12.536.157	\$ 13.162.965	\$ 13.821.113
INGRESOS POR COMISION/CLIENTE	\$ 404.046	\$ 424.248	\$ 445.461	\$ 467.734	\$ 491.120	\$ 515.676	\$ 541.460	\$ 568.533	\$ 596.960	\$ 626.808	\$ 658.148	\$ 691.056
INGRESOS POR FIDELIDAD	\$ 138.211	\$ 158.794	\$ 174.673	\$ 192.140	\$ 211.354	\$ 232.490	\$ 255.739	\$ 281.312	\$ 309.444	\$ 340.388	\$ 374.427	\$ 411.870
INGRESOS PARCIALES	\$ 7.815.084	\$ 8.219.510	\$ 8.638.425	\$ 9.079.080	\$ 9.542.641	\$ 10.030.340	\$ 10.543.482	\$ 11.083.443	\$ 11.651.681	\$ 12.249.737	\$ 12.879.243	\$ 13.541.927
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 1 AÑO	\$ 82.863	\$ 91.149	\$ 100.264	\$ 110.291	\$ 121.320	\$ 133.452	\$ 146.797	\$ 161.477	\$ 177.624	\$ 195.387	\$ 214.926	\$ 236.418
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 2 AÑOS	\$ 22.299	\$ 25.644	\$ 28.208	\$ 31.029	\$ 34.132	\$ 37.545	\$ 41.299	\$ 45.429	\$ 49.972	\$ 54.969	\$ 60.466	\$ 66.513
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 3 AÑOS	\$ 6.647	\$ 7.312	\$ 8.043	\$ 8.847	\$ 9.732	\$ 10.705	\$ 11.776	\$ 12.953	\$ 14.249	\$ 15.674	\$ 17.241	\$ 18.965
RENDIMIENTO INVERSIONES	\$ 111.809	\$ 124.105	\$ 136.515	\$ 150.167	\$ 165.183	\$ 181.702	\$ 199.872	\$ 219.859	\$ 241.845	\$ 266.030	\$ 292.633	\$ 321.896
PAGO DE GANANCIAS A INVERSORES	\$ 83.857	\$ 93.079	\$ 102.386	\$ 112.625	\$ 123.888	\$ 136.276	\$ 149.904	\$ 164.894	\$ 181.384	\$ 199.522	\$ 219.474	\$ 241.422
INGRESOS BEANS POR RENDIMIENTO	\$ 27.952	\$ 31.026	\$ 34.129	\$ 37.542	\$ 41.296	\$ 45.425	\$ 49.968	\$ 54.965	\$ 60.461	\$ 66.507	\$ 73.158	\$ 80.474
PAGO DE CAPITAL + GANANCIAS A INVERSORES	\$ 845.748	\$ 931.159	\$ 1.024.275	\$ 1.126.702	\$ 1.239.373	\$ 1.363.310	\$ 1.499.641	\$ 1.649.605	\$ 1.814.566	\$ 1.996.022	\$ 2.195.624	\$ 2.415.187
FIDELIDAD COMUNIDAD BEANS (SIN COMISION)	\$ 507.449	\$ 558.695	\$ 614.565	\$ 676.021	\$ 743.624	\$ 817.986	\$ 899.785	\$ 989.763	\$ 1.088.739	\$ 1.197.613	\$ 1.317.375	\$ 1.449.112
INGRESOS BRUTOS BEANS	\$ 431.998	\$ 455.274	\$ 479.589	\$ 505.275	\$ 532.416	\$ 561.102	\$ 591.428	\$ 623.498	\$ 657.421	\$ 693.315	\$ 731.306	\$ 771.530
AÑO 4												
COSTOS												
COSTOS PERSONAL	\$ 1.788	\$ 1.788	\$ 1.788	\$ 1.788	\$ 1.788	\$ 1.788	\$ 1.788	\$ 1.788	\$ 1.788	\$ 1.788	\$ 1.788	\$ 1.788
ADMINISTRATIVOS	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300
DESARROLLADORES	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150
VENDEDORES	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150	\$ 7.150
MANAGEMENT	\$ 1.833	\$ 1.833	\$ 1.833	\$ 1.833	\$ 1.833	\$ 1.833	\$ 1.833	\$ 1.833	\$ 1.833	\$ 1.833	\$ 1.833	\$ 1.833
MARKETING	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300
CAMPAÑAS DE MARKETING	\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550
INFRAESTRUCTURA	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300
OFICINAS	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300
TELEFONIA	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300
SISTEMAS	\$ 28.371	\$ 28.371	\$ 28.371	\$ 28.371	\$ 28.371	\$ 28.371	\$ 28.371	\$ 28.371	\$ 28.371	\$ 28.371	\$ 28.371	\$ 28.371
PARCIAL EGRESOS OPERATIVOS	\$ 80.809	\$ 84.850	\$ 89.092	\$ 93.547	\$ 98.224	\$ 103.135	\$ 108.292	\$ 113.707	\$ 119.392	\$ 125.362	\$ 131.630	\$ 138.211
CLUB DE BENEFICIOS	\$ 109.180	\$ 113.220	\$ 117.463	\$ 121.918	\$ 126.595	\$ 131.506	\$ 136.663	\$ 142.077	\$ 147.763	\$ 153.732	\$ 160.000	\$ 166.582
PARCIAL EGRESOS	\$ 242.428	\$ 254.549	\$ 267.276	\$ 280.640	\$ 294.672	\$ 309.406	\$ 324.876	\$ 341.120	\$ 358.176	\$ 376.085	\$ 394.889	\$ 414.633
IMPUESTOS	\$ 49.141	\$ 51.589	\$ 54.160	\$ 56.860	\$ 59.694	\$ 62.670	\$ 65.795	\$ 69.076	\$ 72.522	\$ 76.139	\$ 79.938	\$ 83.926
IBBB	\$ 400.748	\$ 419.359	\$ 438.899	\$ 459.417	\$ 480.961	\$ 503.582	\$ 527.334	\$ 552.274	\$ 578.460	\$ 605.956	\$ 634.827	\$ 665.142
Débitos/Créditos												
TOTAL EGRESOS												

	jul-28	ago-28	sep-28	oct-28	nov-28	dic-28	ene-29	feb-29	mar-29	abr-29	may-29	jun-29
SOM	16162	16970	17818	18709	19645	20627	21658	22741	23878	25072	26326	27642
CRECIMIENTO ORGANICO ANUAL												
EVOLUCION SHARE	3,23%	3,39%	3,56%	3,74%	3,93%	4,13%	4,33%	4,55%	4,78%	5,01%	5,27%	5,53%
INGRESOS POR VENTAS ORGANICAS (USD)	\$ 16.161.837	\$ 16.969.929	\$ 17.818.425	\$ 18.709.346	\$ 19.644.814	\$ 20.627.054	\$ 21.658.407	\$ 22.741.327	\$ 23.878.394	\$ 25.072.313	\$ 26.325.929	\$ 27.642.225
INGRESOS POR COMISION/CUENTE	\$ 808.092	\$ 848.496	\$ 890.921	\$ 935.467	\$ 982.241	\$ 1.031.353	\$ 1.082.920	\$ 1.137.066	\$ 1.193.920	\$ 1.253.616	\$ 1.316.296	\$ 1.382.111
INGRESOS POR FIDELIDAD	\$ 507.449	\$ 558.695	\$ 614.565	\$ 676.021	\$ 743.624	\$ 817.986	\$ 899.785	\$ 989.763	\$ 1.088.739	\$ 1.197.613	\$ 1.317.375	\$ 1.449.112
INGRESOS PARCIALES	\$ 15.861.194	\$ 16.680.128	\$ 17.542.069	\$ 18.449.900	\$ 19.406.196	\$ 20.413.687	\$ 21.475.271	\$ 22.594.024	\$ 23.773.213	\$ 25.016.311	\$ 26.327.007	\$ 27.709.226
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 1 AÑO	\$ 278.412	\$ 292.820	\$ 307.744	\$ 323.442	\$ 339.957	\$ 357.331	\$ 375.612	\$ 394.848	\$ 415.091	\$ 436.397	\$ 458.823	\$ 482.431
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 2 AÑOS	\$ 82.863	\$ 91.149	\$ 100.264	\$ 110.291	\$ 121.320	\$ 133.452	\$ 146.797	\$ 161.477	\$ 177.624	\$ 195.387	\$ 214.926	\$ 236.418
RENDIMIENTO PROPIEDADES A 3 AÑOS	\$ 22.299	\$ 25.644	\$ 28.208	\$ 31.029	\$ 34.132	\$ 37.545	\$ 41.299	\$ 45.429	\$ 49.972	\$ 54.969	\$ 60.466	\$ 66.513
RENDIMIENTO INVERSIONES	\$ 383.574	\$ 409.613	\$ 436.216	\$ 464.762	\$ 495.408	\$ 528.327	\$ 563.708	\$ 601.753	\$ 642.688	\$ 686.753	\$ 734.215	\$ 785.362
PAGO DE GANANCIAS A INVERSORES	\$ 287.681	\$ 307.210	\$ 327.162	\$ 348.571	\$ 371.556	\$ 396.246	\$ 422.781	\$ 451.315	\$ 482.016	\$ 515.065	\$ 550.661	\$ 589.021
INGRESOS BEANS POR RENDIMIENTO	\$ 95.894	\$ 102.403	\$ 109.054	\$ 116.190	\$ 123.852	\$ 132.082	\$ 140.927	\$ 150.438	\$ 160.672	\$ 171.688	\$ 183.554	\$ 196.340
PAGO DE CAPITAL + GANANCIAS A INVERSORES	\$ 2.846.638	\$ 2.994.115	\$ 3.148.413	\$ 3.310.884	\$ 3.481.985	\$ 3.662.196	\$ 3.852.029	\$ 4.052.025	\$ 4.262.761	\$ 4.484.848	\$ 4.718.933	\$ 4.965.707
FIDELIDAD COMUNIDAD BEANS (SIN COMISION)	\$ 1.707.983	\$ 1.796.469	\$ 1.889.048	\$ 1.986.531	\$ 2.089.491	\$ 2.197.317	\$ 2.311.217	\$ 2.431.215	\$ 2.557.657	\$ 2.690.909	\$ 2.831.360	\$ 2.979.424
INGRESOS BRUTOS BEANS	\$ 903.985	\$ 950.900	\$ 999.975	\$ 1.051.658	\$ 1.106.093	\$ 1.163.435	\$ 1.223.847	\$ 1.287.505	\$ 1.354.592	\$ 1.425.304	\$ 1.499.850	\$ 1.578.452
COSTOS												
COSTOS PERSONAL	\$ 2.056	\$ 2.056	\$ 2.056	\$ 2.056	\$ 2.056	\$ 2.056	\$ 2.056	\$ 2.056	\$ 2.056	\$ 2.056	\$ 2.056	\$ 2.056
ADMINISTRATIVOS	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795
DESARROLLADORES	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223
VENDEDORES	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223	\$ 8.223
MANAGEMENT	\$ 2.108	\$ 2.108	\$ 2.108	\$ 2.108	\$ 2.108	\$ 2.108	\$ 2.108	\$ 2.108	\$ 2.108	\$ 2.108	\$ 2.108	\$ 2.108
MARKETING	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795
CAMPAÑAS DE MARKETING	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633
INFRAESTRUCTURA	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795
OFICINAS	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795
TELEFONIA	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633	\$ 633
SISTEMAS	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795	\$ 3.795
PARCIAL EGRESOS OPERATIVOS	\$ 32.626	\$ 32.626	\$ 32.626	\$ 32.626	\$ 32.626	\$ 32.626	\$ 32.626	\$ 32.626	\$ 32.626	\$ 32.626	\$ 32.626	\$ 32.626
CLUB DE BENEFICIOS	\$ 161.618	\$ 169.699	\$ 178.184	\$ 187.093	\$ 196.448	\$ 206.271	\$ 216.584	\$ 227.413	\$ 238.784	\$ 250.723	\$ 263.259	\$ 276.422
PARCIAL EGRESOS	\$ 194.245	\$ 202.326	\$ 210.811	\$ 219.720	\$ 229.075	\$ 238.897	\$ 249.211	\$ 260.040	\$ 271.410	\$ 283.350	\$ 295.886	\$ 309.049
IMPUESTOS												
IBBB	\$ 484.855	\$ 509.098	\$ 534.553	\$ 561.280	\$ 589.344	\$ 618.812	\$ 649.752	\$ 682.240	\$ 716.352	\$ 752.169	\$ 789.778	\$ 829.267
Débitos/Créditos	\$ 98.136	\$ 103.034	\$ 108.175	\$ 113.574	\$ 119.243	\$ 125.196	\$ 131.446	\$ 138.008	\$ 144.899	\$ 152.134	\$ 159.731	\$ 167.708
TOTAL EGRESOS	\$ 777.236	\$ 814.457	\$ 853.539	\$ 894.575	\$ 937.662	\$ 982.904	\$ 1.030.408	\$ 1.080.288	\$ 1.132.661	\$ 1.187.653	\$ 1.245.395	\$ 1.306.023