

INFORME FINAL DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

Pintuvalle S.A

2025

CONTENIDO

- a. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA Y DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES ACTUALES.
- b. EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES
- c. CLIMA DE TRABAJO.
- d. LIDERAZGO
- e. Anexo

Business Model Canvas 2025

a) Reseña Histórica de la Empresa y descripción del perfil de sus clientes actuales:

Reseña Histórica:

Pintuvalle S.A. es una empresa colombiana fundada en [año de fundación] en la ciudad de Cali, dedicada a la producción, comercialización y distribución de pinturas arquitectónicas e industriales. Con el paso de los años, se ha consolidado como una de las marcas líderes del suroccidente colombiano gracias a su compromiso con la calidad, la innovación y la sostenibilidad. La empresa ha logrado posicionarse en el mercado por su excelente atención al cliente, variedad de productos y responsabilidad social.

Visión:

Ser la empresa líder en el mercado nacional de pinturas, reconocida por su calidad, innovación tecnológica y compromiso con el desarrollo sostenible.

Misión:

Brindar soluciones en pinturas y recubrimientos que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, mediante productos de alta calidad, asesoría técnica y servicio personalizado, contribuyendo al bienestar de nuestros colaboradores y al crecimiento del país.

Objetivos:

- Ampliar la cobertura en el mercado nacional.
- Innovar continuamente en el desarrollo de productos ecológicos y de alto rendimiento.
- Fortalecer la fidelización de clientes mediante programas de valor agregado.
- Garantizar procesos productivos eficientes y sostenibles.

Descripción del mercado que atiende:

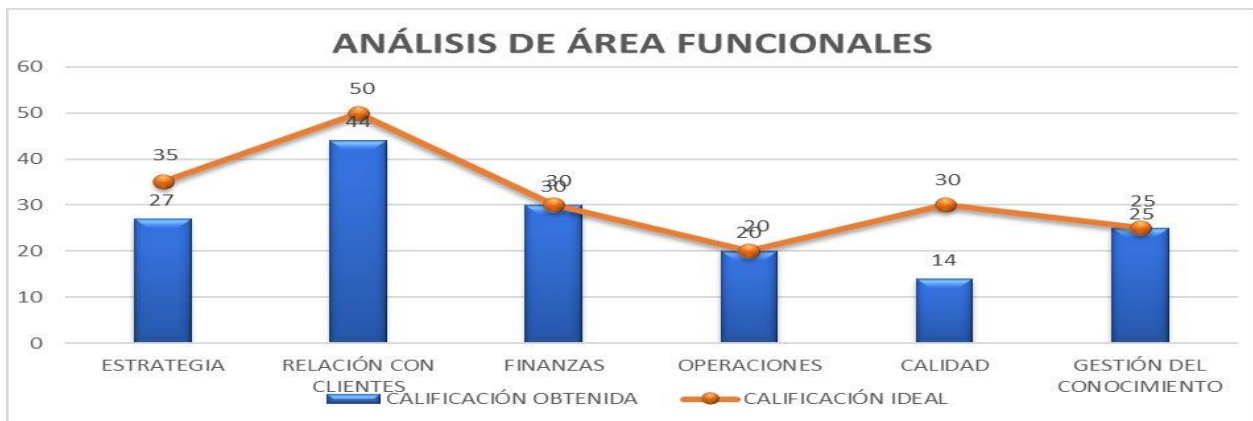
Pintuvalle S.A. atiende principalmente a los sectores de la construcción, remodelación, diseño arquitectónico e industrial. Su mercado incluye tanto distribuidores mayoristas como clientes del canal ferretero, contratistas y profesionales del sector, enfocados en obras residenciales, comerciales e institucionales.

Perfil de los Clientes Actuales:

Los clientes actuales de Pintuvalle S.A. son principalmente **personas naturales**, entre los que se destacan **vecinos, maestros de construcción y dueños de casa**, quienes adquieren productos para realizar mejoras, mantenimientos o acabados en sus viviendas.

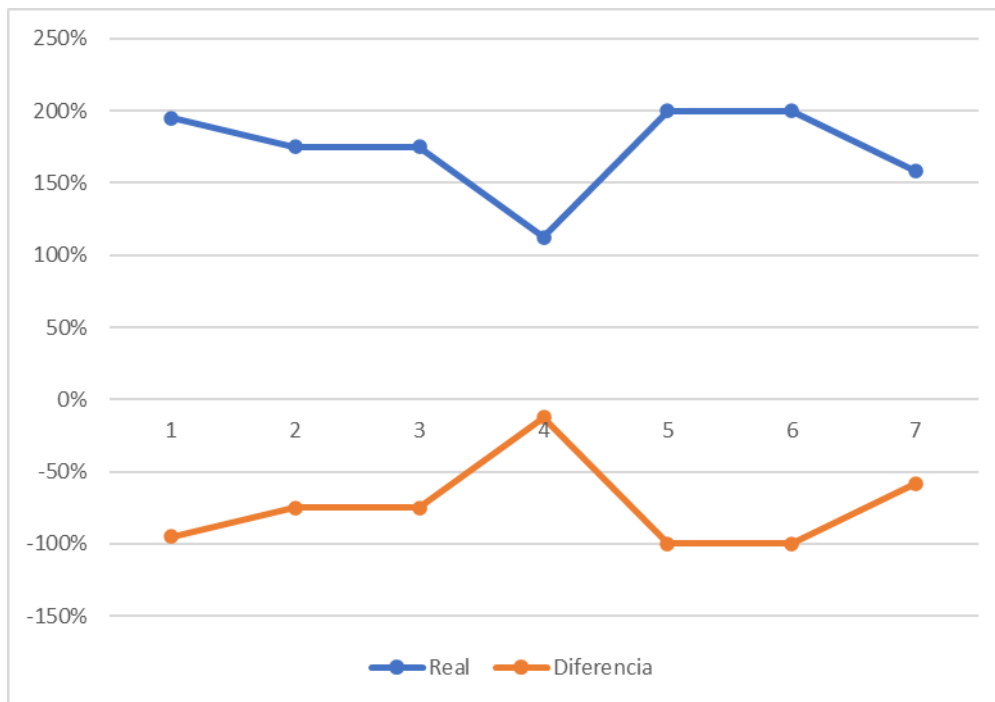
Estas personas están ubicadas **principalmente en el sur de la ciudad de Cali**, lo que indica una concentración geográfica clara del mercado objetivo. Los productos más comprados por este tipo de clientes incluyen **pinturas, estuco y fragua**, que son esenciales para trabajos de construcción y remodelación.

b) Evaluación de Áreas Funcionales:



Qué encontramos:	
Estrategia:	Debe realizar una revisión y alineación de objetivos
Relación con clientes:	Buen desempeño, pero debe escuchar más al cliente mediante encuestas
Finanzas:	Es un área estable, pero puede revisar gastos innecesarios
Operaciones:	Tiene un buen manejo de procesos y eficiencia
Calidad:	Es el área más baja, Debe definir estándares de calidad
Gestión del conocimiento:	Muy bien evaluada se recomienda promover espacios de aprendizaje interno.

c) Clima de Trabajo:

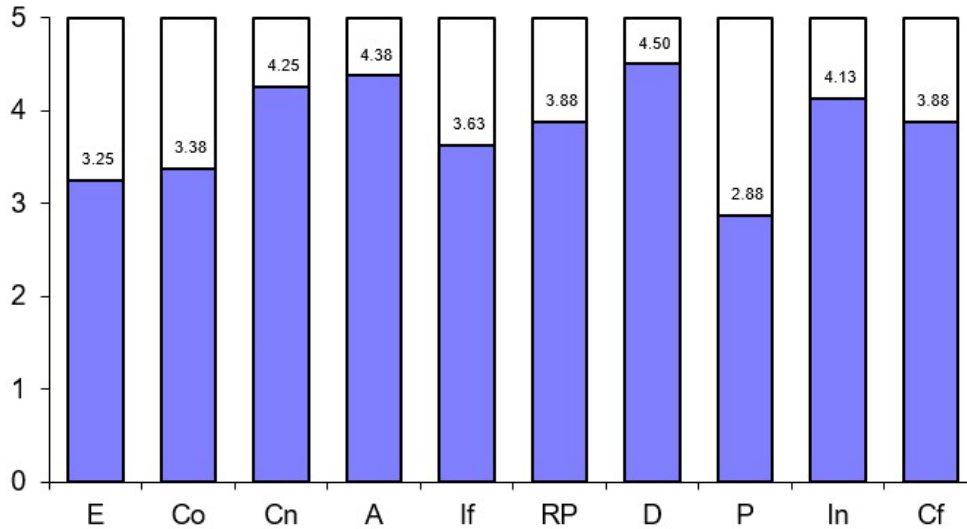


Qué encontramos:

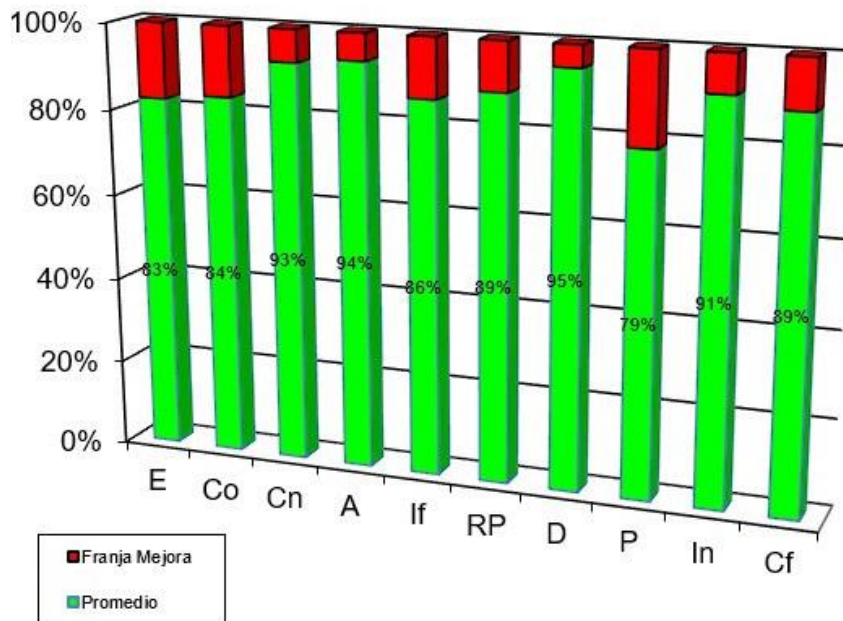
Presenta deficiencias significativas que se ven reflejadas en una baja organización y claridad, y un nivel bajo en implicación las personas se sienten a gusto, pero hay algunos que no dentro de la organización el personal siente poca autonomía para ejecutar sus tareas por si solos.

d) Liderazgo:

Evaluación del Grupo al Líder



Oportunidades de Mejora del Líder












Qué encontramos:

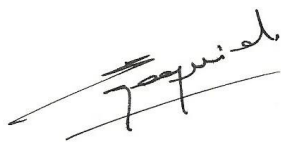
La empresa, con apenas cinco años de operación en el mercado, se consolida como una organización en etapa de crecimiento con una estructura compacta de menos de siete colaboradores. Al tratarse de una compañía de origen familiar, la toma de decisiones recae directamente en su fundador, quien también ejerce como representante legal y líder principal.

A pesar de su tamaño limitado, la empresa ha logrado posicionarse de manera favorable en su entorno inmediato, siendo reconocida dentro del sector o comunidad donde opera. Esta reputación positiva se sustenta en la fidelización de sus clientes, lo cual constituye uno de sus principales activos estratégicos. Si bien existen áreas de mejora inherentes a su escala operativa y nivel de madurez, ya se evidencian fortalezas clave que permiten proyectar un desarrollo sostenible. La fidelidad de su base de clientes y la buena percepción en el mercado son indicadores de alto valor que pueden ser apalancados para consolidar su crecimiento en el mediano plazo.

Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

Compañía:		Diseñado por:		Fecha:
<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p>  <p>Pintuvalle se dirige principalmente a hogares y familias que buscan renovar sus espacios con pinturas de calidad, así como a contratistas, constructores y albañiles que requieren materiales a granel para proyectos de obra.</p>	<p>ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE</p>  <p>Interacción comercial, Soporte técnico integral, Gestión post-compra, Operatividad logística Administración transparente</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p>  <p>Nuestros clientes son la esencia de nuestra empresa, la calidad nos hace diferentes en el mercado, generamos bienestar y satisfacción. Esto basado con un altamente capacitado, servicio técnico de asesoría y respaldo posventa.</p>	<p>RELACIÓN CON CLIENTES</p>  <p>Ofrecemos asesoría práctica y soluciones a medida: para familias, atención personalizada y promociones; para contratistas, precios especiales y entregas programadas; a arquitectos les damos muestras gratis y comisiones; y a ferreterías, reposición rápida de inventario. Nos enfocamos en resolver necesidades concretas con trato directo y beneficios reales, adaptándonos a lo que cada cliente realmente necesita para su trabajo o proyecto.</p>	<p>ALIANZAS CLAVES</p>  <p>Proveedores estratégicos – Alianzas con fabricantes como Pintuco, Argos, Algrec y Corona para garantizar suministro, calidad y precios competitivos en pinturas y materiales.</p>
	<p>RECURSOS CLAVE</p>  <p>Inventario amplio y variado – Stock permanente de pinturas, estucos, fraguas y materiales de obra blanca de diferentes marcas y calidades. Local estratégico – Tienda física en ubicación accesible en Cali, con espacio para exhibición y atención al cliente. Flota de distribución – Vehículos propios o aliados para entregas rápidas en el Valle del Cauca. Equipo especializado – Vendedores técnicos capacitados en productos y asesoría, y personal logístico eficiente. Proveedores confiables – Alianzas con fabricantes y distribuidores para garantizar calidad y precios competitivos. Sistema de gestión – Software para control de inventario, ventas y facturación (ej: ERP o herramientas locales). Certificaciones y alianzas – Avals de marcas reconocidas y participación en gremios de construcción.</p>		<p>CANALES</p>  <p>La empresa distribuye sus pinturas y materiales a través de una tienda física en Cali, ventas en línea (web/WhatsApp/redes sociales), alianzas con ferreterías locales, entregas a domicilio, visitas comerciales a obras y participación en ferias de construcción.</p>	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p>  <p>Los costos se dividen en variables (compra de materiales a proveedores como Pintuco y Argos, logística de distribución y mano de obra directa para aplicaciones), fijos (arriendo del local, nómina administrativa y gastos en marketing/tecnología), e inversiones estratégicas (capacitación del equipo, control de calidad y desarrollo de alianzas comerciales). Optimizamos cada peso priorizando gastos que generan valor directo al cliente - como la calidad de productos y servicio técnico - mientras reducimos desperdicios en procesos internos mediante negociaciones con proveedores y uso eficiente de recursos.</p>		<p>FUENTES DE INGRESOS</p>  <p>El 100% de los ingresos de Pintuvalle proviene de: Venta de pinturas, estucos y materiales de obra blanca (principalmente en efectivo y tarjetas en tienda física). Asesoría técnica especializada (cobrada por visitas a obra o consultas complejas). Accesorios y herramientas de aplicación (rodillos, brochas, espátulas).</p>		

Firma del empresario, la cual certifica que el Informe de Diagnóstico de su empresa le fue entregado y explicado por parte del Consultor al finalizar la etapa de Diagnóstico:



Fecha: 15/07/2025

Firma del Consultor:

Karol Trujillo 