



“Empresa “Full-Wash” SpA”

Parte II

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**

Alumno: Patricio González G.

Profesor Guía: Claudio Dufeu S.

Antofagasta, Junio de 2016

Contenido

Resumen Ejecutivo	3
I. Oportunidad de Negocio.....	4
II. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes.	5
III. Descripción de la Empresa y Propuesta de Valor	6
3.1.1. Propuesta de Valor:	6
IV. Plan de Marketing.....	7
V. Plan de Operaciones	8
5.1. Estrategia, Alcance y tamaño de las operaciones	8
5.2. Flujo de operaciones.....	9
5.3. Plan de desarrollo e implementación	11
.....	11
VI. Equipo del Proyecto	12
6.1. Equipo gestor	12
6.2. Estructura organizacional.....	12
VII. Plan Financiero	13
7.1 Tabla de Supuestos:.....	13
7.2 Estimación de Ingresos	13
7.3 Estado de Resultados y Flujo de Caja Puro.....	14
7.4 Consideraciones Económicas	15
7.4.1 Tasa de descuento	15
Tabla N°7: “Parámetros para cálculo de WACC”	15
7.4.2 Capital de Trabajo y Déficit Operacional	15
7.4.3 VAN, TIR, PAYBACK.....	15
7.4.4 Análisis de Sensibilidad	16
VIII. Riesgos Críticos	17
IX. Propuesta Inversionista.	18
X. Conclusiones.	19
Bibliografía.....	20
Anexos	21

Resumen Ejecutivo

El presente modelo de negocio está orientado a ofrecer una experiencia distinta en el autoservicio de lavado de vehículos, específicamente focalizado en el sector norte de la ciudad de Antofagasta, lugar en el cual se tiene proyectado construir 15.000 viviendas (casas y departamentos) hacia el año 2030 apuntando al sector socioeconómico C2 y C3, teniendo como antecedente que Antofagasta es la ciudad fuera de la Región Metropolitana que tiene el mayor registro de vehículos en el país. Full Wash surge precisamente por la carencia de lavados de vehículos cercanos al sector, con un estilo y experiencia diferente al cliente, siendo el lavado su propio core business y no un derivado de otro negocio.

El servicio que se ofrecerá al cliente será la experiencia que disfrutaran durante el proceso de lavado exterior de su vehículo realizado por el mismo dueño o conductor, a través de máquinas de hidrolavados de última generación, factor diferencial inexistente a su totalidad en el sector. Como plus y para ser más grata la presencia del cliente, se contará con productos para el cuidado del vehículo que también incluirá en otra vía, ventas de bebidas, cafés y comestibles (Minimarket). Con esto se captará la atención de potenciales clientes de querer disfrutar un momento grato desde la llegada hasta la salida del local y con tiempos óptimos acorde a conformidad del usuario (15 minutos de espera). Con todo lo mencionado se quiere lograr que Full-Wash, se centre en la prestación de servicios de una manera eficiente, rápida, sencilla y de calidad, con tecnología avanzada y auto atención, a través de su slogan “Lavado Express” llame la atención y atraiga a los clientes que no lavan su vehículo a través de este método y así aumentar los ingresos por autoservicio.

Respecto de la evaluación financiera del proyecto, consideramos que ha arrojado cifras atractivas, especialmente las asociadas a los indicadores claves para la toma de decisión:

- **VAN:** CLP \$ 46.142.001
- **TIR:** 22,0%.
- **PAYBACK:** 4 años.
- **INVERSIÓN INICIAL:** \$ 186.484.764

En resumen, si consideramos todos los factores relevantes para la toma de decisión: las condiciones de mercado, la evaluación financiera y de riesgos, entendemos que es un proyecto atractivo con un gran potencial de éxito.

I. Oportunidad de Negocio.

Dado el aumento de población en los últimos años en la ciudad de Antofagasta (350.000 habitantes al año 2015), considerando el crecimiento en viviendas que se estima hacia los próximos 15 años y junto a esto un parque vehicular actual de más de 95 mil unidades, del estudio de mercado se ha observado que existe una demanda satisfecha solo en un 51% para un mercado de US\$ 5,2 millones anuales en la ciudad de Antofagasta para el lavado de vehículos. Además se considera que el hidrolavado es una opción que para el sector norte de la ciudad focalizada en los segmento C2 y C3 es lo indicado. Para mayores antecedentes de este capítulo, revisar parte I del plan de negocios.

II. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes.

La industria considerada para el estudio es el lavado de vehículos en general, específicamente focalizado en vehículos menores, con esto el parque vehicular asciende a 86.239 unidades en la ciudad de Antofagasta, de acuerdo al análisis realizado en cada una de las empresas que entregan servicios de lavado actualmente (elaboración propia), es posible encontrar cuatros segmentos que se encuentran distribuidos en los porcentajes ilustrados más abajo en la Tabla N° 1, tomando como referencia el número de lavados mensuales totales que entrega cada uno de los distintos locales más conocidos y recurrentes de la ciudad. A continuación en la siguiente tabla se muestran dichos valores:

Segmentos Lavado Vehículos	86.239	Porcentaje (%)
Hidrolavado	20.680	23.98%
Rodillo	7.460	8,65%
Manual Industrializado	9.480	10,99%
Manual y otros	48.619	56,38%

Tabla N°1: "Tamaño de mercado según los distintos segmentos de la Industria de Lavados de Vehículos"

Para mayores antecedentes de este capítulo, revisar parte I del plan de negocios.

III. Descripción de la Empresa y Propuesta de Valor

3.1.1. Propuesta de Valor:

De acuerdo al segmento de clientes objetivo definido, esto es, vehículos motorizados menores; el servicio que se pretende entregar es un lavado de vehículos autónomo, realizado por el cliente; en el cual contará con máquinas de última generación y a su vez el sello de “Full-Wash” será premiar con rebajas en futuras compras a los clientes fieles a la empresa (al realizar un determinado número de servicios en el local).

Para dar cumplimiento a la propuesta de valor de la empresa se requiere contar con recursos específicos para ellos, tales como:

- Lugar físico con alto tránsito de vehículos para instalar 4 máquinas (350 a 500 m2), dicho lugar se utilizará a través de un contrato de arriendo.
- Máquinas principales de lavado y secundarias de aspirado de última generación.
- Sistema computacional que permita mantener una base de datos que asegure cumplir la propuesta de fidelidad hacia los clientes.

Para mayores antecedentes de este capítulo, revisar parte I del plan de negocios

IV. Plan de Marketing

Este modelo de negocio está enfocado principalmente en un mercado de masas, los clientes son conductores que necesitan mantener en buen estado su vehículo, al mínimo costo y de forma muy sencilla, donde podemos distinguir entre los usuarios generales, particulares y empresas. La forma de llegar a los clientes será directa en el local, manteniendo un plan de marketing intensivo durante el primer año, liderado por un asesor de marketing. Para evitar una guerra de precios, estos serán iguales que los de la competencia, focalizando la propuesta de valor en el servicio entregado.

Para mayores antecedentes de este capítulo, revisar parte I del plan de negocios

V. Plan de Operaciones

A continuación se presenta la cadena de valor de la empresa “Full-Wash” donde se presentan las actividades primarias y de apoyo que se evidencian para el buen funcionamiento de la empresa.



Imagen N° 1: Cadena de Valor “Full-Wash”

5.1. Estrategia, Alcance y tamaño de las operaciones

La empresa “Full-Wash” considera dentro de su programa de operaciones, la penetración del mercado considerando la ubicación en el sector norte de Antofagasta en un terreno de 350 a 500 m² que se considera como arriendo. Dentro de dicho terreno está considerado instalar las dos máquinas de lavado y dos máquinas de aspirado de vehículos. Donde se considera contar con dos líneas independientes de operación, las cuales cuentan con una zona de espera, posteriormente pudiendo utilizar la zona de aspirado o directamente pasar a la zona de lavado, finalmente una zona que consiste en la ubicación final, donde los clientes realizan el secado del vehículo si así lo consideran. La decisión de instalar dos líneas de operación, se basa en la experiencia observando a la competencia y las encuestas realizadas durante el estudio de marketing, donde una de las mayores

cosas que los clientes desean al momento de asistir a un lugar de hidrolavado de vehículos, es no tener una larga espera. Según el estudio realizado, existe una estacionalidad en el mercado, esto es, existe una cierta cantidad de clientes que asisten durante los días de semana a realizar el lavado de su vehículo, sin embargo durante el fin de semana la afluencia de público aumenta en más de un 50% ¹.

Para la atención de las dos líneas operativas solo se considera la permanencia de una persona quién asistirá en la venta de las fichas y ante algún apoyo que requieran los clientes en el uso de los equipos.

5.2. Flujo de operaciones

Como se comentó en sección anterior, la empresa contará con dos líneas operativas en las cuales existirá un control hacia cada una de ellas utilizando el sistema de fichas de prepago, esto es, se cancela el valor de pago de cada ficha (ya sea para lavado o aspirado), esto con el trabajador dispuesto para dicha actividad y luego se inserta en la máquina correspondiente, llevando un control de cada lavado o aspirado realizado.

Las maquinas a utilizar son de última generación, por tanto operan de forma automática, esto quiere decir que todo el control de insumos incurridos está cuantificado, incluyendo estimaciones de consumo de agua y energía eléctrica.

Dado lo anterior, se trabajará con un inventario para 30 días de operación, con esto es posible dar una continuidad operacional al proceso.

Para aprovechar el flujo de vehículos que asistirá al local, como valor agregado en mejor atención al cliente, se adicionará un minimarket al flujo de operaciones con el fin de brindar alimentos, café y bebidas para hacer más grata su espera y accesorios de limpieza para su vehículo.

¹ Información recopilada en el estudio de mercado y contrastada con lo observado de los competidores, donde el fin de semana existen constantemente filas de clientes a la espera de lavar sus vehículos. Donde normalmente existe una toma de decisión por otro tipo de servicio de lavado cuando las filas exceden los 5 vehículos.

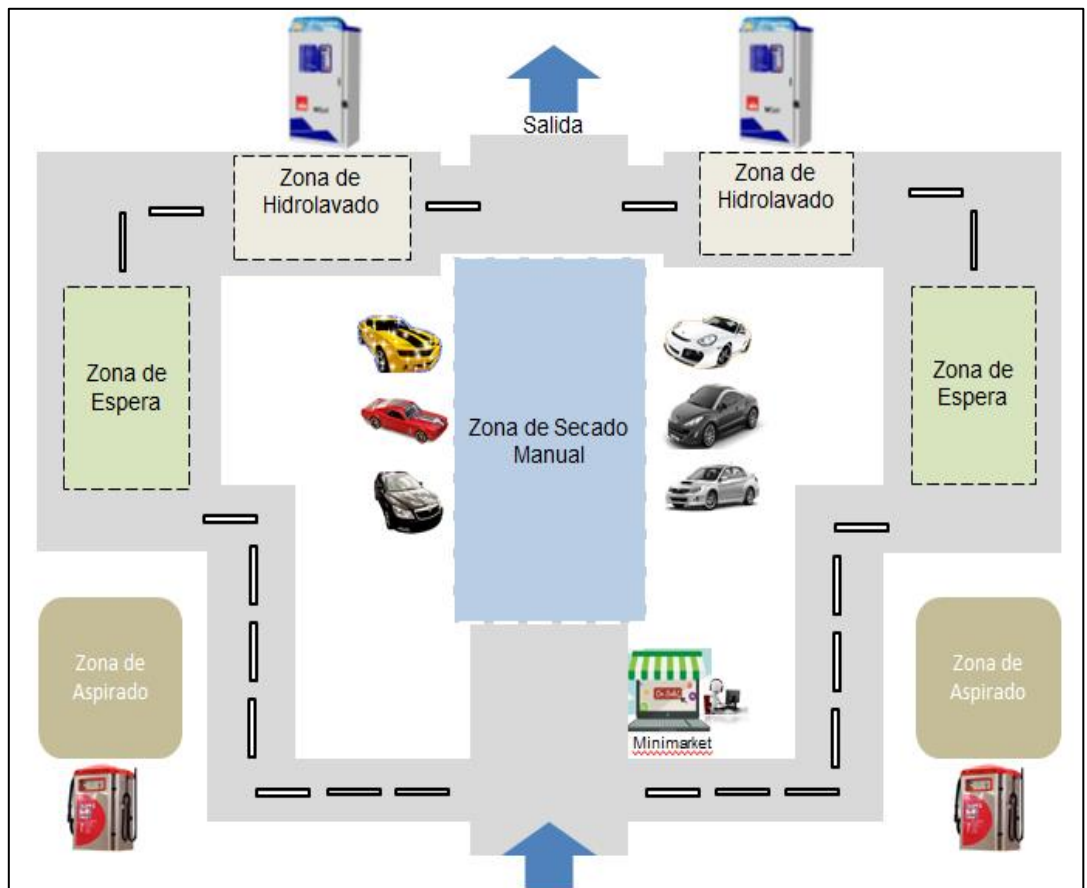


Imagen N°2: Referencial de las dos líneas de operación Full-Wash.

5.3. Plan de desarrollo e implementación

Para el plan de desarrollo e implementación de la empresa se tiene considerado los siguientes plazos para la ejecución de cada uno de las actividades (aproximadamente 6 meses).

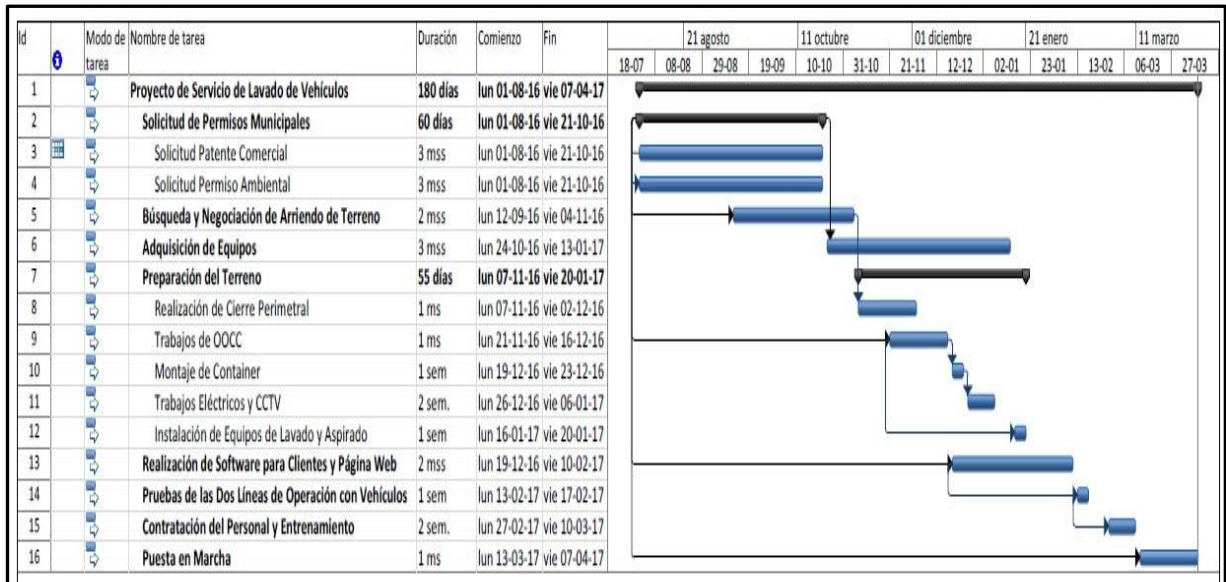


Imagen N° 3: Carta Gantt implementación

VI. Equipo del Proyecto

6.1. Equipo gestor

El equipo gestor de la empresa Full Wash se compondrá de dos alumnos de MBA de la universidad de Chile (Promoción 2016) cuyas descripciones son:

- **Juan Castillo P:** Ingeniero Civil Industrial en Electrónica, con siete años de experiencia en el área de Supply Chain, actualmente trabajador de Minera Sierra Gorda SCM, desempeñando el cargo de Jefe de Administración de Contratos.
- **Patricio Gonzalez G:** Ingeniero Civil Metalúrgico, con siete años de experiencia en el área de operaciones procesos metalúrgicos del cobre, actualmente trabajador de Codelco División Salvador, desempeñando el cargo de Jefe de Operaciones Planta Electrorefinación.

6.2. Estructura organizacional

La estructura organizacional estará dada de manera funcional y se compondrá principalmente de seis (6) personas directas, de las cuales harán las funciones de:

- **Gerente de Local,** quien será responsable de que el negocio opere de acuerdo a lo planificado, comunicación directa y presentación de resultados a los gestores.
- **Jefe de Local,** quien velará por el correcto funcionamiento del negocio, equipos, insumos y el personal.
- **Cajeros Full Time y dos cajeros Part Time,** quienes emitirán boletas de acuerdo a los distintos consumos en el local, registrándolos en el sistema contable computacional de la empresa.
- **Promotoras,** se considerará de forma indirecta contar con una promotora para la atención y recibimientos de clientes los fines de semana.

VII. Plan Financiero

7.1 Tabla de Supuestos:

A continuación se presentan las principales consideraciones utilizadas para la realización del plan Financiero:

Item	Concepto	Condición
1	Tasa Costo de Capital	15,1%
2	Horizonte de Evaluación 5 años	5 Años
3	Ingreso	Contado
4	Pago proveedores	Contado Primer Año
5	Terreno	En Arriendo
7	Capital de Trabajo	Método Deficit Acumulado Máximo
8	Depreciación	Lineal

Tabla N° 2: “Consideraciones utilizadas en Plan Financiero”

7.2 Estimación de Ingresos

Full Wash presenta ingresos por tres conceptos, los cuales se muestran a continuación, éstos son por Lavado a través de hidrolavadoras, aspirado y un minimarket. Se considera alcanzar la tasa objetivo de ocupación de 90%, por el concepto principal que es el lavado, al mes número 20 luego de comenzada la operación. Para el primer mes, se considera una tasa de ocupación de un 33%.

Concepto	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Ingresos por Lavado [\$]	\$ 5.448.600	\$ 5.967.514	\$ 6.486.429	\$ 7.005.343	\$ 7.524.257	\$ 8.043.171	\$ 9.340.457	\$ 9.989.100	\$ 10.637.743	\$ 11.286.386	\$ 11.935.029	\$ 12.583.671
Ingresos por Aspirado [\$]	\$ 830.250	\$ 888.368	\$ 950.553	\$ 1.017.092	\$ 1.088.288	\$ 1.164.469	\$ 1.234.337	\$ 1.308.397	\$ 1.386.901	\$ 1.470.115	\$ 1.558.322	\$ 1.651.821
Ingresos totales Lavado+Aspirado [\$]	\$ 6.278.850	\$ 6.855.882	\$ 7.436.982	\$ 8.022.435	\$ 8.612.546	\$ 9.207.640	\$ 10.574.794	\$ 11.297.497	\$ 12.024.644	\$ 12.756.500	\$ 13.493.350	\$ 14.235.492
Ingresos Minimarket	\$ 2.181.829	\$ 2.389.622	\$ 2.597.415	\$ 2.805.208	\$ 3.013.001	\$ 3.220.795	\$ 3.740.278	\$ 4.000.019	\$ 4.259.761	\$ 4.519.502	\$ 4.779.244	\$ 5.038.985
Total Ingresos Full-Wash	\$ 8.460.679	\$ 9.245.504	\$ 10.034.397	\$ 10.827.643	\$ 11.625.547	\$ 12.428.435	\$ 14.315.071	\$ 15.297.516	\$ 16.284.404	\$ 17.276.003	\$ 18.272.594	\$ 19.274.477

Tabla N° 3: Ingresos Full-Wash

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Lavado [\$]	\$ 106.247.700	\$ 168.623.590	\$ 169.129.461	\$ 169.636.849	\$ 170.145.760
Ingresos por Aspirado [\$]	\$ 14.548.911	\$ 27.865.281	\$ 28.701.239	\$ 29.562.277	\$ 30.449.145
Ingresos totales Lavado+Aspirado [\$]	\$ 120.796.611	\$ 196.488.871	\$ 197.830.700	\$ 199.199.126	\$ 200.594.905
Ingresos Minimarket	\$ 42.545.658	\$ 54.018.687	\$ 54.180.743	\$ 54.343.285	\$ 54.506.315
Total Ingresos Full-Wash	\$ 163.342.269	\$ 250.507.558	\$ 252.011.443	\$ 253.542.411	\$ 255.101.220

Tabla N° 4: Ingresos Full-Wash

7.3 Estado de Resultados y Flujo de Caja Puro

A continuación se presenta el estado de resultados y flujo de caja de la empresa proyectado a los 5 años de operación.

ESTADO DE RESULTADOS										
Impuesto a la renta	27%	Años								
		1	2	3	4	5				
INGRESOS POR VENTAS	\$	163.342.269	\$	250.507.558	\$	252.011.443	\$	253.542.411	\$	255.101.220
Ingreso por Lavado y Aspirado	\$	120.796.611	\$	196.488.871	\$	197.830.700	\$	199.199.126	\$	200.594.905
Ingreso por Minimarket	\$	42.545.658	\$	54.018.687	\$	54.180.743	\$	54.343.285	\$	54.506.315
Costos operativos	\$	104.721.151	\$	135.385.272	\$	135.836.777	\$	137.093.099	\$	138.400.498
UTILIDAD BRUTA	\$	58.621.119	\$	115.122.286	\$	116.174.666	\$	116.449.312	\$	116.700.722
Gastos administrativos	\$	57.464.777	\$	41.936.216	\$	41.936.252	\$	41.936.289	\$	41.936.325
EBITDA	\$	1.156.342	\$	73.186.070	\$	74.238.414	\$	74.513.023	\$	74.764.396
Depreciación	\$	24.762.799	\$	24.762.799	\$	24.762.799	\$	24.762.799	\$	24.762.799
Amortización	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
Interés Préstamo	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$	23.606.457	\$	48.423.271	\$	49.475.614	\$	49.750.224	\$	50.001.597
Impuesto	\$	-	\$	13.074.283	\$	13.358.416	\$	13.432.560	\$	13.500.431
Cuenta IVA			\$	23.524.659						
UTILIDAD NETA	-\$	23.606.457	\$	58.873.647	\$	36.117.199	\$	36.317.663	\$	36.501.166
Margen Bruto		36%		46%		46%		46%		46%
Margen Operacional		-14%		19%		20%		20%		20%
Margen Neto		-14%		24%		14%		14%		14%

Tabla N° 5: “Estado de Resultados Full-Wash”

FLUJO DE CAJA PROYECTO													
CONCEPTO	0	AÑOS											
		1	2	3	4	5							
Ingresos Operacionales		\$	163.342.269	\$	250.507.558	\$	252.011.443	\$	253.542.411	\$	255.101.220		
Costos Variables		\$	55.221.151	\$	84.985.272	\$	84.491.777	\$	84.755.849	\$	85.021.386		
Margen de Contribución		\$	108.121.119	\$	165.522.286	\$	167.519.666	\$	168.786.562	\$	170.079.834		
Margen de Contribución [%]			66,2%		66,1%		66,5%		66,6%		66,7%		
Costos Fijos		\$	90.524.777	\$	91.436.216	\$	92.381.252	\$	93.373.539	\$	94.415.438		
Gastos de Marketing y Publicidad		\$	16.440.000	\$	900.000	\$	900.000	\$	900.000	\$	900.000		
EBITDA		\$	1.156.342	\$	73.186.070	\$	74.238.414	\$	74.513.023	\$	74.764.396		
EBITDA [%]			0,7%		29,2%		29,5%		29,4%		29,3%		
Depreciación		\$	24.762.799	\$	24.762.799	\$	24.762.799	\$	24.762.799	\$	24.762.799		
Utilidad Antes de Impuesto		-\$	23.606.457	\$	48.423.271	\$	49.475.614	\$	49.750.224	\$	50.001.597		
Impuesto		\$	-	\$	13.074.283	\$	13.358.416	\$	13.432.560	\$	13.500.431		
Utilidad después de Impuesto		-\$	23.606.457	\$	35.348.988	\$	36.117.199	\$	36.317.663	\$	36.501.166		
Depreciación		\$	24.762.799	\$	24.762.799	\$	24.762.799	\$	24.762.799	\$	24.762.799		
Recuperación IVA		\$	-	\$	5.881.165	\$	5.881.165	\$	5.881.165	\$	5.881.165		
Utilidad Neta Operacional		\$	1.156.342	\$	65.992.952	\$	66.761.163	\$	66.961.628	\$	67.145.130		
Inversión Inicial		\$	147.338.657										
Inversión en Capital de Trabajo		\$	14.932.126										
Deficit Operacional		\$	24.213.981										
Rec. de Capital de Trabajo y Def. Operacional									\$		39.146.107		
Valor de desecho										\$	94.957.734		
Flujo caja del Proyecto		\$	186.484.764	\$	1.156.342	\$	65.992.952	\$	66.761.163	\$	66.961.628	\$	201.248.971
WACC			15,1%										
VAN		\$	46.142.001										
TIR			22,0%										
PAYBACK (años)			4										

Tabla N° 6: “Flujo de Caja Full-Wash”

7.4 Consideraciones Económicas

7.4.1 Tasa de descuento

Para la evaluación económica del proyecto se utiliza una tasa de descuento del 15,1%, la cual fue determinada con los siguientes parámetros:

Calculo del WACC			
Parámetro	Símbolo	Valor	Criterio
Beta	β	1,09	Beta Retail Chile
Tasa de impuesto a la renta	T	27%	Impuesto a las empresas
Nivel de deuda	D	0%	Préstamo
Tasa libre de riesgo	rf	4,49%	Bono en pesos a 10 años Banco Central
Retorno del mercado	rm	5,90%	Según la rentabilidad del IPSA
Premio por riesgo país	π_p	1	
Premio por start up, liquidez	π_l	1,5	
$((rf+(\beta*(rm-rf)))/(1+D)*(\pi_p+\pi_l))$		15,1%	

Tabla N°7: “Parámetros para cálculo de WACC”

7.4.2 Capital de Trabajo y Déficit Operacional

El capital de trabajo necesario para que Full-Wash logre sus niveles de operación se realizó utilizando el método del déficit acumulado máximo, con lo cual se requieren \$14.932.126 como inversión por este concepto. Además se considera un déficit operacional adicional de \$24.213.981.

7.4.3 VAN, TIR, PAYBACK

Los indicadores relevantes del proyecto se presentan a continuación:

WACC	15,1%
VAN	\$ 46.142.001
TIR	22,0%
PAYBACK (años)	4

Tabla N° 8: “Indicadores Económicos”

Donde el período de recuperación del proyecto se tiene durante el cuarto año.

7.4.4 Análisis de Sensibilidad

A continuación se presenta el análisis de sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD													
PROYECTO		N° de Clientes				Precio				Inversión Inicial			
		-20%	-10%	10%	20%	-10%	-5%	5%	10%	-20%	-10%	10%	20%
VAN	46.142.001	-48.219.578	-2.182.719	77.880.825	115.657.587	-17.377.645	13.238.247	65.597.883	91.292.590	64.361.379	52.132.278	27.674.076	15.444.975
TIR	22,0%	9%	15%	26%	32%	13%	17%	24%	28%	25%	23%	19%	17%
Periodo de retorno	4	5	5	4	3	5	5	4	3	4	4	5	5
ROI	927	588	762	1049	1175	747	858	912	1045	1155	1030	841	769

Tabla N° 9:” Análisis de Sensibilidad”

De la tabla anterior, se observa que la variable más relevante dentro del proyecto es la variación del número de clientes que ingresan al local.

VIII. Riesgos Críticos

- a) **Ubicación:** Es un riesgo crítico el no contar con una ubicación estratégica en donde se establecerá y desarrollará el servicio, donde este debe contar con un alto flujo de vehículos en sus alrededores y en caso de ser posible, en una zona de tendencia creciente geográficamente.
- b) **Permisos:** Son claves para concretar la correcta instalación del negocio, debiendo regirse a las normas sanitarias y sectoriales que solicitan los temas medioambientales y de urbanismo.
- c) **Clientes:** Quienes utilizarán, evaluarán y sustentarán el servicio que prestará Full Wash. En el caso de no contar con una fidelización por parte de ellos, el negocio estaría en grave riesgo.
- d) **Equipos:** Son claves para la prestación del servicio, contar con su operatividad diaria es pieza clave para el negocio y su rentabilidad. Se debe lograr que las máquinas no queden fuera de operatividad, por lo que hay que tomar los cuidados correspondientes para su correcto funcionamiento, mantención y atención urgente en caso de fallas imprevistas.

IX. Propuesta Inversionista.

Para concretar la estrategia de financiamiento, la propuesta para el inversionista será solicitar el aporte de \$37.296.953, sin participación dentro de la empresa, sin embargo, obtendrá a cambio los flujos indicados en la tabla al término de cada año de operación (a cinco años). Por lo tanto, el inversionista tendrá un retorno igual al de los socios gestores, en función de lo aportado inicialmente.

OFERTA INVERSIONISTA									
Total Inversión		\$ 186.484.764							
	%Participación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
Socio	1	40,0%	-\$ 74.593.905	\$ 462.537	\$ 26.397.181	\$ 26.704.465	\$ 26.784.651	\$ 26.784.651	\$ 80.499.589
Socio	2	40,0%	-\$ 74.593.905	\$ 462.537	\$ 26.397.181	\$ 26.704.465	\$ 26.784.651	\$ 26.784.651	\$ 80.499.589
Inversionista	1	20,0%	-\$ 37.296.953	\$ 231.268	\$ 13.198.590	\$ 13.352.233	\$ 13.392.326	\$ 13.392.326	\$ 40.249.794

TIR INVERSIONISTA 22,0%

Valoración Pre Money \$ 149.187.811

Tabla N° 10: Oferta Inversionista

X. Conclusiones.

Se determinó que en la ciudad de Antofagasta (ciudad fuera de la Región Metropolitana que tiene el mayor registro de vehículos en el país), esencialmente en el sector norte de la ciudad, existe una clara oportunidad de mercado debido a su proyección de crecimiento inmobiliario hacia el año 2020.

La conclusión esencial y respaldada con la validez del estudio, es que el actual modelo de negocio está orientado a cubrir una necesidad existente y constante en el tiempo, brindando una experiencia placentera al conductor o dueño del vehículo, haciendo un buen Marketing (claro y atractivo) incitando a las personas que lavan su vehículo de forma particular porque simplemente le gusta hacerlo, las cercanas al sector o las que están de paso y motivarlos a utilizar el servicio.

Dado el análisis financiero realizado, vemos que el VAN del proyecto es de \$ 46.142.001 en donde la tasa interna de retorno es del 22 %, situación que entusiasma a la materialización del proyecto. El Payback del proyecto es de 4 años.

- **VAN:** CLP \$ 46.142.001
- **TIR:** 22,0%.
- **PAYBACK:** 4 años.
- **INVERSIÓN INICIAL:** \$ 186.484.764

Entendemos que la herramienta al éxito de la implementación de la solución es lograr materializar la diferenciación del servicio y obtener la excelencia operacional pretendida para así rentabilizar la empresa y lograr mayores eficiencias y escalabilidad de negocio.

Bibliografía

1: “Marketing Estratégico”, Roger J. Best, 4ta. Edición

2: Instituto Nacional de Estadísticas – Gobierno de Chile.

www.ine.cl

3: “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Nassir Sapag, Reinaldo Sapag, José Manuel Sapag, Mc Graw Hill, 6ta. Edición, 2014.

4: “Comportamiento Organizacional”, Stephen P. Robbins & Timothy A. Judge, 15ta. Edición.

5: Información obtenida mediante encuesta presencial en el local y a conductores de la ciudad de Antofagasta.

Anexos

Anexo 1: “Opinión de consumidores de hidrolavado (Lavamax) en la web”²

Filtrar por gusto: todos los tips y reseñas lavado auto bomberos

Aunque no se la mas barata, se puede lavar el auto
Jorge Quintana · Febrero 8, 2015
Save Me gusta

rapidito por aquí!!!
Nidia Alexandra · Mayo 26, 2013
Save Me gusta

Punto Copec sin cajero y no tienen para comprar con Redcompra
Matias Olguin · Junio 8, 2012
Save Me gusta - 3 gustan

Muy buena la atención, los bomberos son buena onda :)
Andrea Kework · Junio 5, 2012
Save Me gusta

Muy buena atención :)
Krm Acosta · Mayo 30, 2012

Muy buena atención :)
Krm Acosta · Mayo 30, 2012
Save Me gusta

El auto queda impecable con la hidrolavadora!! :)
Dann · Enero 5, 2012
Save Me gusta

\$1200 la ficha para lavado de 3.5 minutos y \$700 la del aspirado de 5 minutos.....buena atención de los bomberos, pero ahí nomás la de la administradora.
Renato Urzúa Berríos · Octubre 24, 2011
Save Me gusta - 5 gustan

Tiene hidrolavadora, lo mejor
Juan Pablo Pinto Martínez · Octubre 1, 2011
Save Me gusta - 1 me gusta

Buen lugar para lavar el auto con autoservicio
Claudia Mujica · Marzo 9, 2011
Save Me gusta - 2 gustan

No tienen red compra En el negocio una mierda
Ramiro Herrera · Febrero 27, 2011
Save Me gusta

² <https://es.foursquare.com/v/copec/4ca350d5a73cb60cb2981778> información obtenida de la web respecto de un servicentro Copec que tiene el servicio Lavamax en la quinta región.

Ingresar para dejar tips en este lugar!

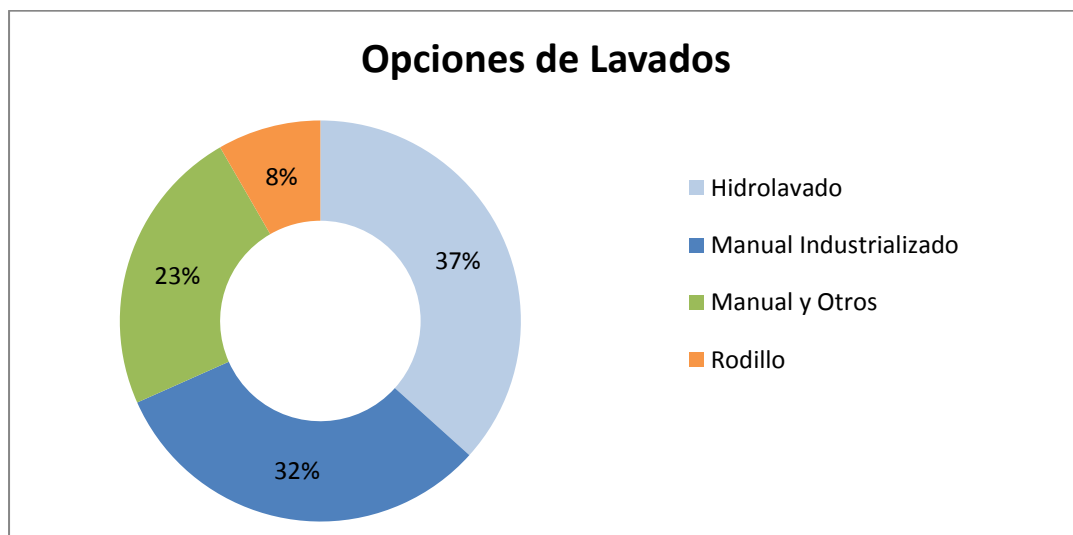
3 Tips Ordenar: Recientes / Populares

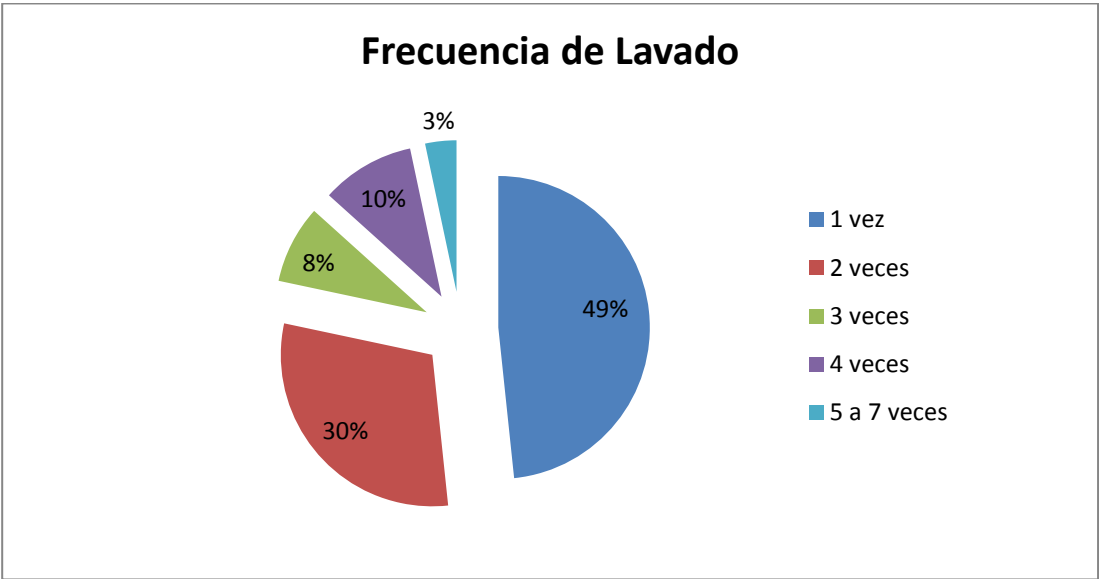
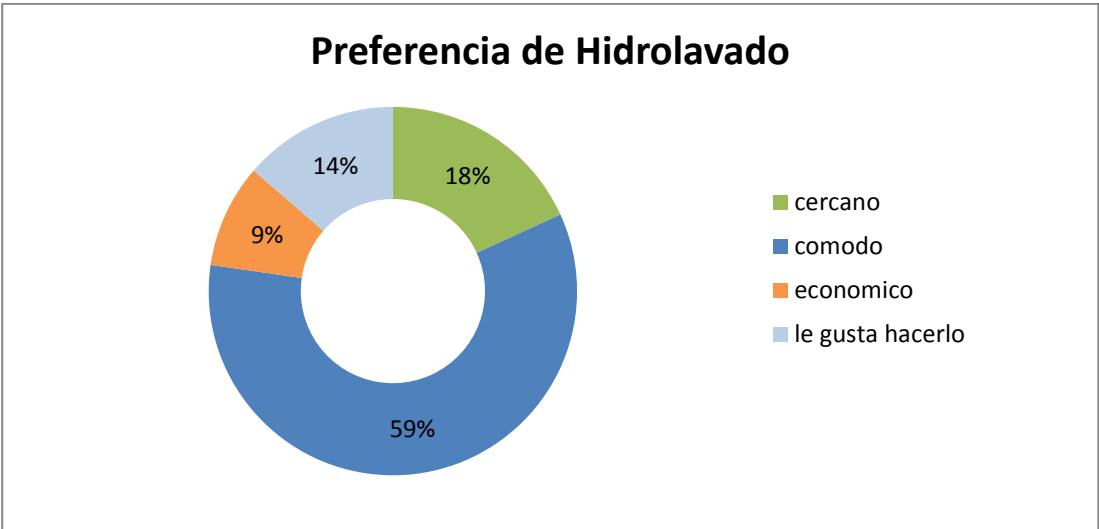
 Sugerencia: para el verano poner sombra ;)
 Carolina · Octubre 6, 2012

 Lavando al regalon!! :)
 Gonzalo Chiang · Marzo 11, 2012

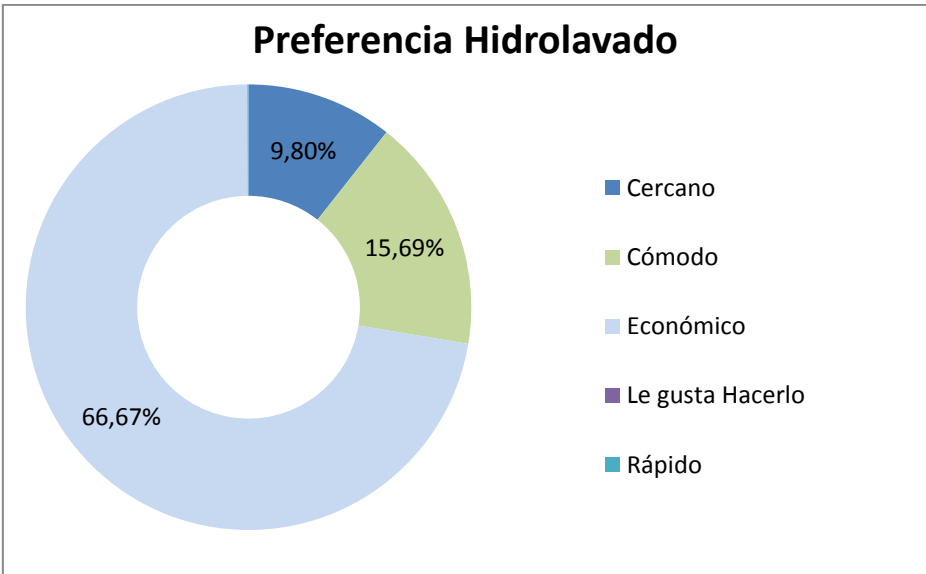
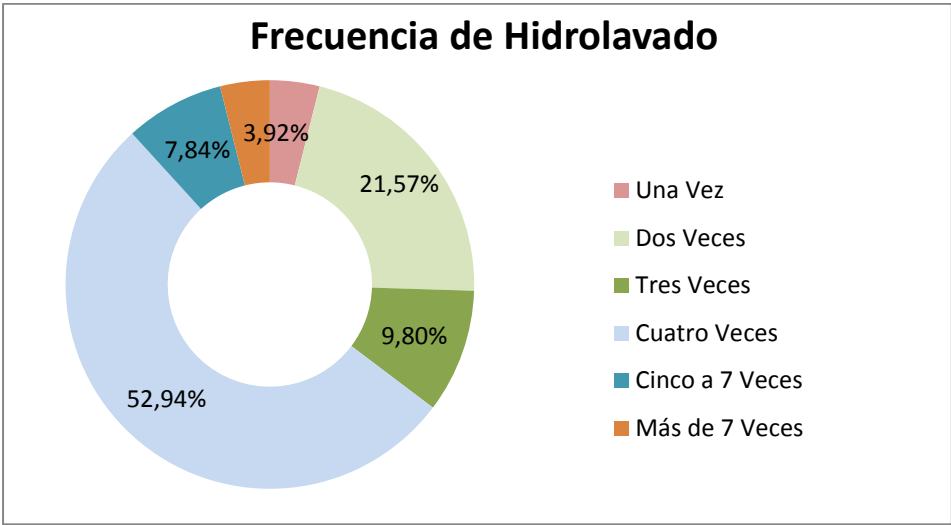
 1,5 Lukas los 3 minuto lo malo que se llena
 Cristian Aravena · Febrero 19, 2012

Anexo N°2: “Encuesta realizada a 60 conductores de vehículos en la ciudad de Antofagasta”.

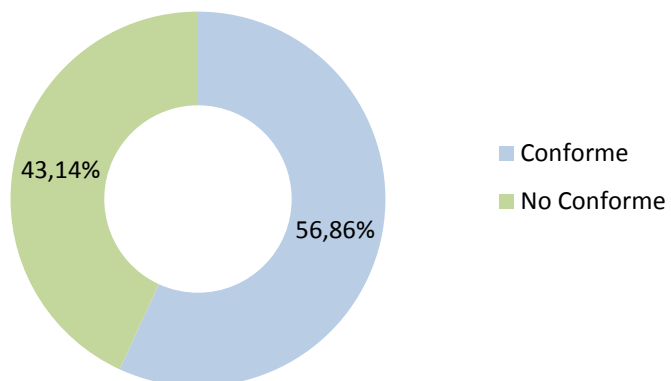




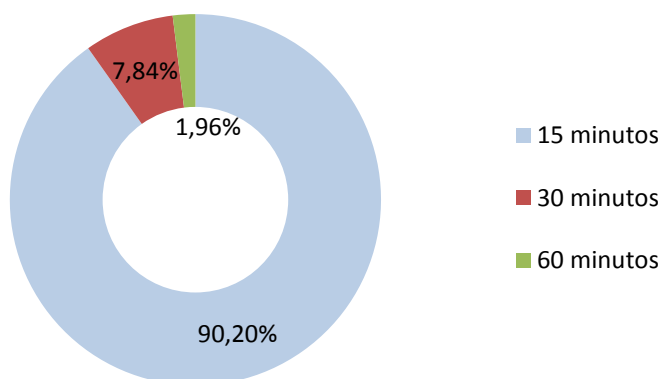
Anexo N°3: "Encuesta realizada a 40 conductores de vehículos donde se presta el servicio de Hidrolavados".



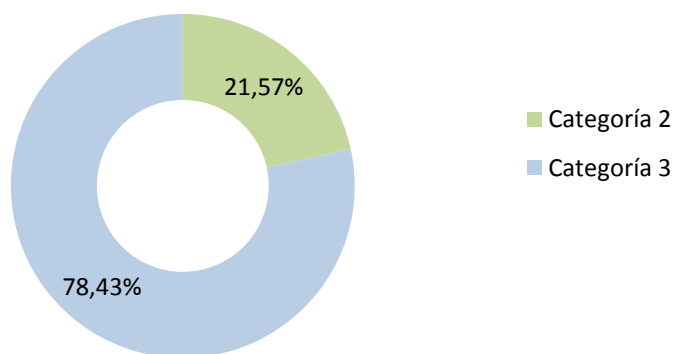
Conformidad Tiempo Máquinas

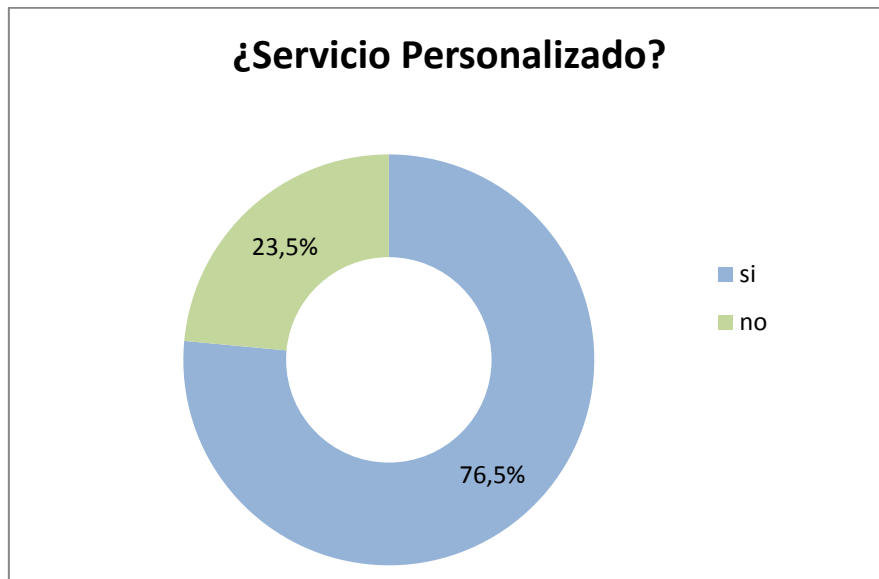


Tiempo Espera Atención



Clase Social Apuntada





Anexo N°4: "Estructura Full - Wash".

