



“CAR RECOVERY”

PARTE I

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

Alumno: Tatiana Del Pilar Cataldo Cortes

Profesor Guía: Claudio Dufeu Senociain.

Santiago, Mayo 2017

Índice

1. Resumen Ejecutivo.....	5
1.1. Mercado Objetivo:.....	6
2. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes.....	7
2.1. Industria	7
2.2. Clientes.....	8
2.3. Competidores	8
2.4. El Futuro	9
3. Descripción de la Empresa y Propuesta de Valor	9
4. Plan de Marketing.....	10
4.1. Objetivos Generales	10
4.2. Objetivos específicos / SMART	10
4.3. Estrategia de Segmentación.....	12
4.4. Matriz de priorización por canal.....	15
4.5. Estrategia de producto/servicio	16
4.6. Estrategia de Precio	17
4.7. Estrategia de Distribución	18
4.8. Estrategia de Comunicación y ventas.....	20
4.9. Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual	24
4.10. Presupuesto de Marketing y cronograma	24
5. Plan de Operaciones.....	25
5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones.....	25
5.2. Estrategia de crecimiento o escalamiento.....	26
5.3. Flujo de operaciones	26
5.4. Mecanismos de control de inventario.....	28
5.5. Plan de desarrollo e implementación	29
5.6. Producto CAR RECOVERY:.....	29
5.7. Dotación.....	30
6. Equipo del proyecto.....	30
6.1. Equipo Gestor	30
6.2. Roles del equipo gestor.....	31

6.3. Estructura organizacional.....	31
7. Plan Financiero	32
7.1. Precios	32
7.2. Crecimiento proyectado.....	32
7.3. Estado de Resultado y EBITDA.....	32
7.4. Flujo Financiero.....	33
7.5. Estrategia de Salida.....	34
8. Uso de Fondos en inicio de la operación.....	34
9. Riesgos críticos.....	35
10. Propuesta Inversionista	36
11. Conclusiones.....	38
12. Bibliografía y fuentes	39
13. Anexos	40
13.2. Categorización de clientes.	41
13.3. Anexo Competencia, sustitutos y diferenciación.....	44
13.4. Anexo Venta de vehículos particular año 2015.....	45
13.5. Anexo Venta de vehículos particular año 2016 (enero – septiembre).....	46
13.6. Anexo Venta de vehículo particular usado	46
13.7. Anexo Parque de vehículos en circulación, por tipo, según región. Desde 2006 a 2015.	47
13.8. Anexo Índices	47
13.9. Anexo Mercado Potencial Nacional.....	47
13.10. Anexo Ranking Pólizas Vigente.....	48
13.11. Anexo Crecimiento Seguros - PIB - Parque vehicular	48
13.12. Anexo Peso por compañías de seguros	49
13.13. Estimación de demanda	50
13.14. Métricas de Marketing.....	51
13.15. Carta Gantt y costos asociados.....	53
13.16. Time line para acciones de Marketing por canal.....	54
13.17. Perfil del Personal	56
13.18. Personal requerido por área y mes de incorporación.	62
13.19. Anexo Supuestos	65
13.20. Anexo Calculo de Tasa de Descuento	66
13.21. Estado de Resultado y EBITDA por Canal	66

13.22.	Anexo Estado de Resultado y EBITDA a 5 Años.....	68
13.23.	Balance y capital de trabajo	69
13.24.	Fuentes de Financiamiento	70
13.25.	Análisis de Sensibilidad	70
13.26.	Valle de la Muerte	71
13.27.	Anexo Biografías.....	72
13.28.	Anexo Encuestas	73
13.29.	Anexo Valor que está dispuesto a pagar según mercado potencial	77

1. Resumen Ejecutivo

La seguridad en las personas es un tema común en nuestra sociedad, más aun cuando en los últimos años ha aumentado los robos de vehículos a través del “portonazo” no solo en el barrio alto, sino que en todo el país, afectando a todo tipo de familias. Durante el año 2016 este crimen se ha trasladado a comunas emergentes, dejando inseguros a gran parte de la población que cuenta con uno o más automóviles particulares, un 5,9% de ellos fue víctima de intento de robo o hurto de vehículos durante los últimos doce meses, una cifra no menor considerando el parque automotriz de RM es 1,8M vehículos particulares equivalente a 40% del parque total nacional (fuente INE 2015).

El año 2015 las autoridades informaron que entre 4 y 5 autos eran robados cada 1 hora (102 autos por día en Chile) con una tasa de crecimiento de 4,2% respecto del 2014 (fuente Carabineros de Chile – La Tercera). Este alto crecimiento en los robos de vehículos particulares ha generado una industria en este tipo de delincuencia que supera los US \$200M anuales, con más de 35.000 vehículos robados anualmente. Sabemos que a nivel mundial, la industria automotriz y la seguridad satelital han diseñado aparatos de rastreo en tiempo real para vehículos de alta gama, para la industria militar y las de uso estándar aplicada fuertemente en flotas.

Entendiendo este contexto y dado el crecimiento en robo de vehículos particular, más la alta inseguridad ciudadana instalada, hemos visualizado una oportunidad de negocio para nuestro producto **Car Recovery**, el que ofrece **monitorear y recuperar vehículos robados en tiempo real**, a través de seguimiento en línea por un equipo especializado en vigilancia, acompañado de una plataforma robusta de operación 24/7, nuestra ventaja competitiva, es el equipo de rescatistas que acudirán motorizados al recupero del vehículo particular, mientras en paralelo nuestros operadores telefónicos se pondrán en contacto con seguridad ciudadana y Carabineros.

Actualmente dimensionamos un mercado potencial superior a los US \$310M, pero esta industria no se encuentra desarrollada, tampoco penetrada y tiene un alto potencial de crecimiento en el corto plazo, por ello, determinamos un mercado objetivo de US \$50M anuales sólo en la región metropolitana.

Car Recovery visualiza una oportunidad de negocio sobre \$2.700M en ingresos al año 3 y sobre \$9.900M al año 5, con un EBITDA de 29,1% al final de este período, con una TIR de 41,95%, lo que hace un negocio muy atractivo para un inversionista, entendiendo que ofreceremos a este, una rentabilidad de 30% y propiedad superior al 16% y compra de acciones preferentes.

1.1. Mercado Objetivo:

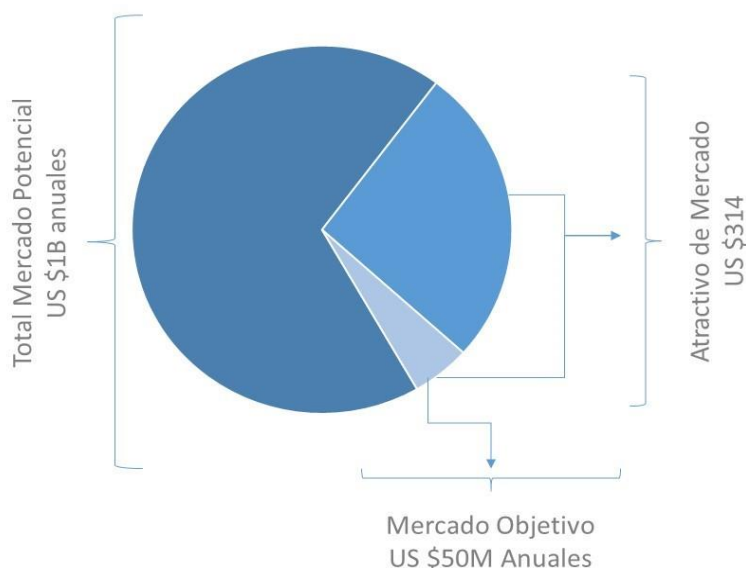
Nuestro mercado objetivo se centra en vehículos que su valor comercial es mayor a \$3.000.000, este mercado hoy alcanza a 1,7M de vehículos y representa \$213.513.720.000 (US \$314M anuales), con un valor por servicio entre \$6.000 y \$12.000 mensuales.

Mercado Objetivo	N° Usuarios	Serv Ms \$8.395 + IVA (\$9.990 C /IVA)	Vta Equipo \$	Total	M° Objetivo Ch \$ Anualizado	M° Objetivo US \$
Entre \$6.000 y \$8.000	1.057.881	6.347.286.000	31.736.430.000	38.083.716.000	107.903.862.000	158.682.150
Entre \$8.001 y \$12.000	184.163	1.473.304.000	5.524.890.000	6.998.194.000	23.204.538.000	34.124.321
Entre \$12.001 y \$15.000	369.297	4.431.564.000	11.078.910.000	15.510.474.000	64.257.678.000	94.496.585
Entre \$15.001 y \$18.000	71.040	1.065.600.000	2.131.200.000	3.196.800.000	14.918.400.000	21.938.824
Más de \$18.000	13.127	236.286.000	393.810.000	630.096.000	3.229.242.000	4.748.885
Total	1.695.508	13.554.040.000	50.865.240.000	64.419.280.000	213.513.720.000	313.990.765

Sin duda, nuestro mercado objetivo son todos aquellos vehículos que hoy no tienen seguro contra robos, pero también accedemos a aquel mercado en donde existe una parte importante con seguro automotriz, entendiendo también que este segmento se deberá atacar como un canal independiente.

Nuestro mercado objetivo hoy alcanza los \$213.513.720.000 anuales (US \$314M anuales) y dada la tasa de penetración existente en mercados como transporte de carga con esta tecnología (15%), estimamos que nuestro foco se centrará en un mercado atendible de \$32.027.058.000 anuales (**US \$50M anuales en ventas**).

Estimación de Mercados



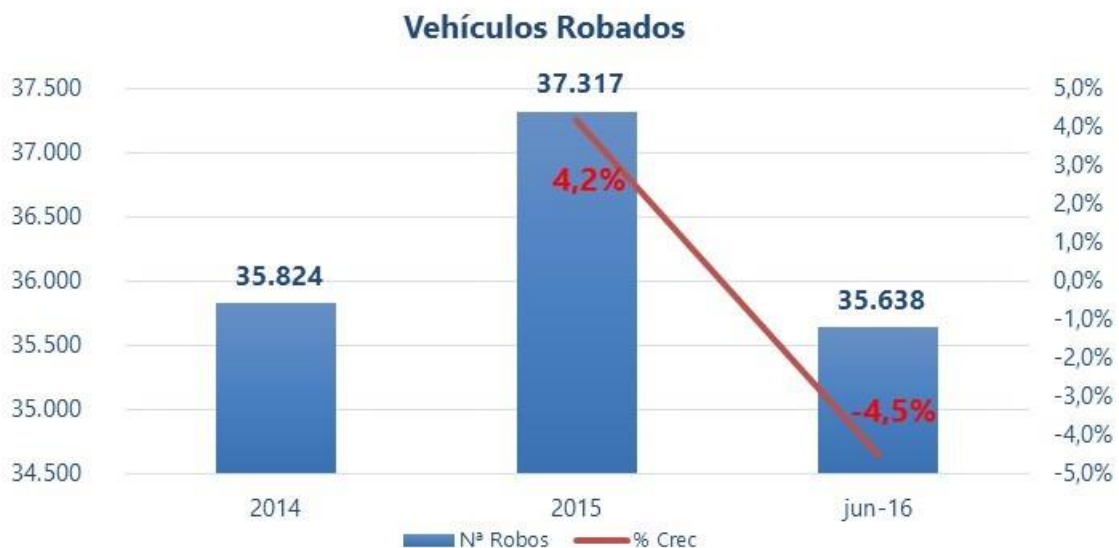
2. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes

2.1. Industria

La industria de automóviles cada día está en crecimiento y esta representa para los delincuentes un mercado superior a los US \$200M anuales, esto ha llevado a que el consumidor esté considerando cada vez más implementar herramientas para mitigar y asegurar sus activos como sus vehículos.

Por lo anterior la industria relevante es la de los seguros automotrices, siendo estos la principal herramienta de protección de los robos de vehículos, pero esto no es una herramienta de mitigación, sino que al contrario se activa cuando no se recupera el vehículo.

En Chile se realizan robos de vehículos cada 15 minutos, esto nos lleva a tener más de 37.000 vehículos robados al año, de los cuales solo se recupera el 63%, el 37% restante no es recuperado y finalmente termina en talleres clandestinos y/o fuera del país. También sabemos, que el parque total de vehículos 4.6M solo el 30% tiene seguro contra robo.



2.2. Clientes

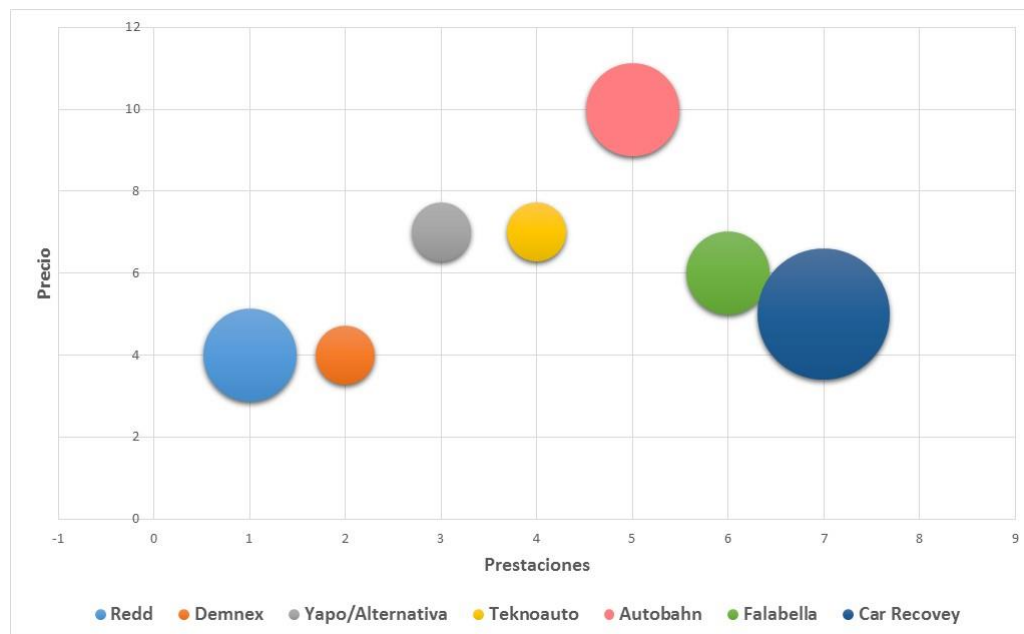
Categorizamos 5 tipos de clientes dentro de los cuales está el cliente directo, Retail, aseguradoras, automotoras incluyendo distribuidoras de vehículos nuevos y usados que describimos más abajo.

Se evaluó el leasing operacional, que fue descartado dada la baja motivación por el canal, y conociendo las características de los usuarios, los móviles no se mueven solo en Santiago, por lo que se aleja de la zona de cobertura del servicio. Será evaluado en la cuarta etapa según los cambios del consumidor, y las nuevas tecnologías disuasivas que impidan la desconexión del GPS.

2.3. Competidores

Actualmente existen muchos vendedores de equipamiento contra robo de vehículos, pero ninguno cuenta con monitoreo en tiempo real como servicio y menos aún con apoyo en terreno de equipo especializado en recuperar vehículos apoyado por Carabineros, es más estas empresas delegan todo el monitoreo al contratante y su responsabilidad final es disponibilizar una plataforma que el contratante debe consultar. **(Ver anexo con 13.1 Posibles competidores)**

Gráfico de competencia.



Actualmente en el mercado existen distintas soluciones que apuntan a controlar y mitigar el robo de vehículos, pero ninguna de ellas cuenta con un monitoreo en tiempo real, con tele-vigilancia en terreno y una completa gama de accesorios que permiten mayor seguridad del vehículo monitoreado.

2.4. El Futuro

Muchos vehículos de alta gama incorporan sistemas de navegación satelital, sistema de seguridad incorporado al FMS (computador del vehículo) y algunos sistemas antirrobo como detención remota. Esto nos indica que en unos años más los vehículos incorporarán trackeo GPS directo en el vehículo, basado en esto existirán 2 tipos de segmentos:

- **Segmento Integrado**

Son aquellos vehículos que incorporan sistema satelital (un GPS, no un navegador) integrado desde fábrica, por ello nuestra compañía deberá ser capaz de integrar ese equipo con todas sus alertas en la plataforma de monitoreo.

- **Segmento After Market / No integrado**

Son aquellos vehículos que no incorporan esta tecnología satelital de fábrica (mercado actual), este mercado actualmente representa casi 4.7M de vehículos.

Dada la velocidad de introducción tecnológica en los vehículos, independiente del precio, nosotros estimamos que dentro de 5 años un porcentaje superior al 80% incorporará equipos GPS y accesorios antirrobo en el equipamiento estándar del vehículo nuevo.

3. Descripción de la Empresa y Propuesta de Valor

Car Recovery es una compañía que nace de la necesidad de mitigar, controlar y recuperar los vehículos robados, actualmente en nuestro país cerca de 37.000 vehículos son robados al año y cerca del 40% de estos no se recuperan. Es por esto que nuestra compañía ha disponibilizado tecnología satelital acompañado con monitoreo remoto (tele-vigilancia) y patrullas motorizadas en terreno, apoyando la gestión de vigilancia y recupero de vehículos tiempo real. Para lo anterior nuestra empresa tendrá un mapeo completo de todos los planes cuadrantes de la RM con apoyo y acceso de las patrullas de seguridad ciudadana.

4. Plan de Marketing

Para definir el crecimiento de mercado, se tomó en cuenta la información proporcionada por WiseGuyReports.Com del 29 de noviembre de 2016 / Marketers Media, según este informe la tasa media de crecimiento de la industria del GPS de automóviles en China es de 5,8%. Además, creen que aumentará rápidamente con una tasa de crecimiento promedio del 3% en los próximos 5 años.

4.1. Objetivos Generales

Posicionarnos como la marca de mayor reputación en recupero y localización de vehículos, entregando servicio de recupero en tiempo real y monitoreo a través de nuestro team online 24/7 en la Región Metropolitana.

4.2. Objetivos específicos / SMART

Fase 1 (Venta directa, Aseguradoras y Distribuidoras-Automotoras de Automóviles nuevos)

- a) Lograr estar rankeados en los "Top 10" de la red en sistemas y servicios de seguridad automotriz de Santiago y de Chile el primer año.
- b) Capturaremos 8.503 vehículos en los canales mencionados, lo que equivale el primer año a 1,4% de Market Share.
- c) Apertura de la tienda para venta directa y taller de instalación, con atención online y presencial, además de realizar capacitaciones a las fuerzas de venta de los canales, para fomentar la penetración del producto en base a sus beneficios para el consumidor final.
- d) Creación de plataforma amigable, donde el cliente pueda saber qué pasa con la compra del servicio en todo momento, hasta la instalación del equipo y posterior soporte para el usuario. Enlazar aplicación web y de telefonía de nuestro producto con servicios automotrices prestados por el distribuidor.
- e) Realizar campañas publicitarias en redes sociales, con personajes del mundo automovilístico, y alianzas importantes, por ejemplo Automóvil Club de Chile.
- f) Mediremos Índice de conversión, Top Industria, Costo Adquisición de cliente entre otros (Ver Anexo 13.14 Métricas de marketing).

Fase 2 (Distribuidores de vehículos usados, más los de la fase 1)

- a) Lograr estar rankeado en los "Top 8" de la red en sistemas y servicios de seguridad automotriz de Santiago y de Chile el segundo año.

- b) Capturaremos en el canal Distribuidor de autos usados 3.662 vehículos, quedando así la compañía con 21.241 vehículos, equivalente a 3,9% de Market Share
- c) Capacitación a la fuerza de ventas del canal potenciando beneficios de contar con el servicio, esto, apalancado en incentivos monetarios o no para aumentar la venta.
- d) Enlazar aplicación web y de telefonía de nuestro producto con servicios automotrices prestados por el distribuidor.
- e) Realizar campañas publicitarias en redes sociales, y prensa donde se muestre las virtudes de nuestro servicio, acompañado de un personaje reconocido del mundo de la seguridad o automovilístico.
- f) Mediremos Índice de conversión, Top Industria, Costo Adquisición de cliente, Costo respuesta campaña entre otros (Ver Anexo 13.14 Métricas de marketing).

Fase 3 (Retail mas etapas 1 y 2)

- a) Alcanzar una posición en los “Top 5” de la red en sistemas y servicios de seguridad automotriz de Santiago y de Chile el tercer año.
- b) Capturaremos en el canal Retail 3.352 vehículos, en esta etapa la compañía tendrá un total de 41.278 vehículos, equivalente a 7,7% de Market Share.
- c) Desarrollo de publicidad y POP para exhibir los productos en las góndolas de manera ecológica, mostrando la alta tecnología que puede adquirir el usuario, diseñar empaque amigable y visualmente atractivo para este canal.
- d) Incorporar promociones en los puntos de venta, además de crear campañas publicitarias masivas para captar clientes de este canal.
- e) Desarrollo de pronto despacho, para mantener el Fill Rate sobre el 90%.
- f) Mediremos Índice de conversión, Top Industria, Costo Adquisición de cliente, Costo respuesta campaña entre otros (Ver Anexo 13.14 Métricas de marketing).

Fase 4 y 5 (Todos los segmentos implementados los próximos 2 años)

- a) Alcanzar el ranking “Top 3” de la red en sistemas y servicios de seguridad automotriz de Santiago y de Chile el primer año.
- b) Desarrollaremos todos los canales mencionados y en la etapa 5 capturaremos 98.095 vehículos, quedando así la compañía con 139.372 vehículos, equivalente a 24,1% de Market Share.
- c) Analizar el mercado de los automóviles donde se estima que en dentro de 4 años la mayoría de los vehículos de alta y media gama traerá incorporado sistemas de GPS desde fábrica.

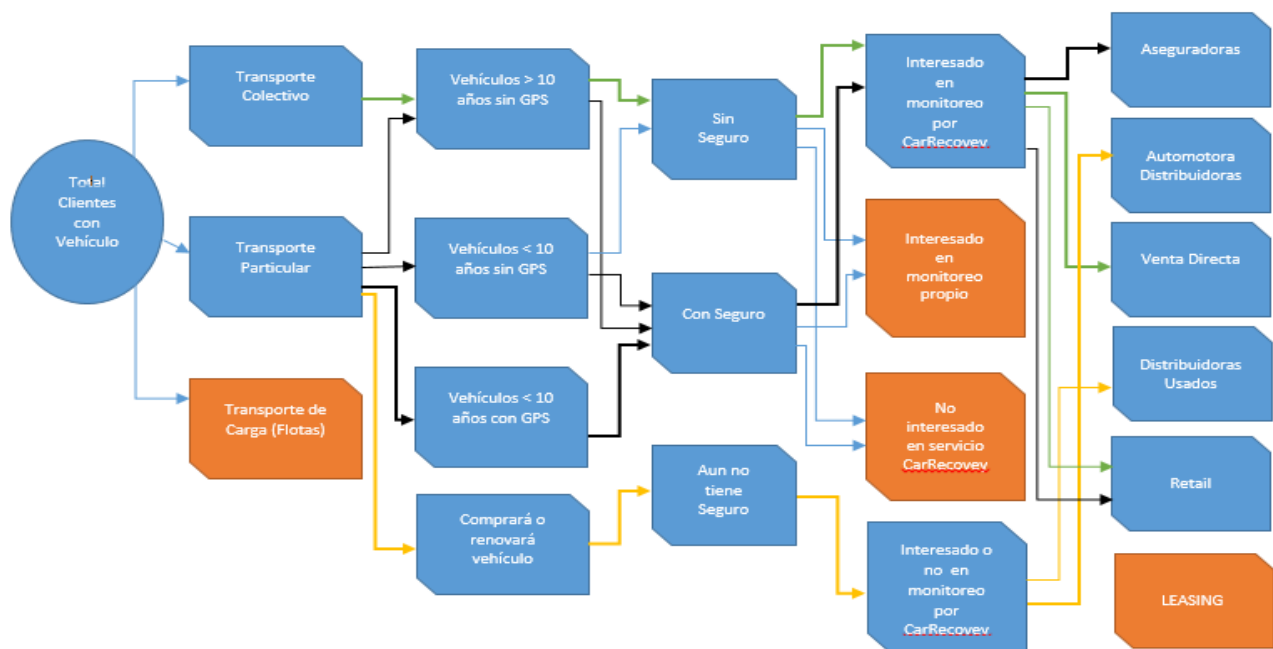
- d) Actualizar las plataformas, y realizar estudios de mercado para proyectar los próximos 5 años de la operación.
- g) Mediremos Índice de conversión, Top Industria, Costo Adquisición de cliente, Costo respuesta campaña entre otros (Ver Anexo 13.14 Métricas de marketing).

4.3. Estrategia de Segmentación

Para segmentar los clientes nos basamos en la encuesta y entrevistas realizadas tanto a empresas de seguros, supermercadistas, empresas de asistencia y automotoras; clasificamos a los nuestros clientes como canales, exceptuando de ellos a los clientes que prefieran adquirir el servicio de forma directa con nuestra empresa, ya sea presencial o bien online.

Con esto, nuestros clientes “Canales” son aquellas industrias que perciban valor al incorporar nuestro producto y servicio a su oferta habitual, a su vez ellos presentarán a los clientes finales que valoren un servicio de monitoreo de vehículos particulares, donde el valor del auto es superior a los \$3.000.000, diversificando el canal por el valor del vehículo, edad y nivel adquisitivo del propietario de éste.

El usuario “Cliente final” y “Cliente directo” del servicio es una persona con o sin seguro mayor de 20 años, con vehículo mayor a \$3.000.000, interesado en adquirir alta tecnología para monitorear en línea y a través de un equipo multidisciplinario para hacer ruteo y control de sus bienes, en este caso un vehículo particular, además de una herramienta disuasiva anti-robos. Lo graficamos de la siguiente forma:



Nota: Transporte de Flotas, Leasing, interesado en monitoreo propio y no interesado en servicio no aplican como cliente de nuestro servicio.

Aseguradoras

Cliente: Encargado de Siniestro y Encargado de Seguros Automotrices.

Perfil del cliente: BCI Seguros, Magallanes-HDI, Consorcio Nacional, Chilena Consolidada, Mapfre, Penta Security, RSA, Liberty Seguros, bajo el análisis realizado a las aseguradoras, y sensibilizando a los movientes de los últimos años, estas son las compañías con mayor volumen de clientes

Motivación: Disminuir gastos por robo de auto a sus asegurados **“Gastos asociados a siniestros”**.

Grupo de interés: clientes de las aseguradoras, que tiene hasta 10 años de antigüedad el vehículo, con nivel socioeconómico que les permite pagar más de 30.000 en gastos de seguro. El valor del automóvil asegurado sobre los \$5.000.000, en un 48% de los clientes hombres y mujeres con edad mayor a 25 años.

Nivel: Masivo

Patrón de segmentación:

1. Las aseguradoras que venden seguros automotrices.
2. Todas las aseguradoras que venden seguros de “Daños Físicos a Vehículos Motorizados”.
3. Las aseguradoras que tengan mayor peso en el mercado.

Automotoras y Distribuidora de Autos Nuevo.

Cliente: Gerentes comerciales, y Gerentes técnicos de las marcas.

Perfil del cliente: Automotoras y sus distribuidores de Hyundai, Kia, CHERY, GEELY, JAC, CHANGAN, FIAT, BYD, bajo el análisis realizado a las automotoras, y sensibilizando a los movientes de los últimos años, estas son las compañías con mayor volumen de clientes.

Motivación: Incorporar tecnología de punta a sus vehículos, proporcionando un valor agregado a su oferta comercial.

Grupo de interés: Clientes de este canal - Dueños de vehículos particulares de automóvil y camioneta.

Nivel: Masivo

Patrón de segmentación:

1. Automotoras que importen vehículos de preferencia chinos y de valor inferior a los \$14.000.000.
2. Todas las marcas que no incorporen sistemas GPS.
3. Las automotoras que tengan mayor peso en el mercado.

Distribuidoras de vehículos Nuevos y Usados.

Cliente: Gerentes comerciales, y Gerentes técnicos de las marcas.

Perfil del cliente: Coseche, Bruno Fritsch, Pompeyo Carrasco, Automotriz Rosselot, Automotriz Daniel Achondo, Automotriz Portillo, ubicadas en la Región Metropolitana, que venden autos usados sin tener tope de venta en el valor del auto.

Motivación: Incorporar valor agregado a su venta a través de tecnología de punta a los automóviles.

Grupo de interés: compradores de este canal (Dueños de vehículos particulares de automóvil y camioneta).

Nivel: Local

Patrón de segmentación:

1. Con mayor peso en el mercado que comercialicen vehículos nuevos y usados.
2. Ubicadas en la Región Metropolitana.

Venta a través de Retail

Cliente: Product Manager de tecnología y automotriz.

Perfil del Cliente: Comprador de productos que entreguen un alto margen y frecuencia de rotación, todos ellos requieren productos a concesión.

Patrón de segmentación según preferencias de sus clientes:

1. Locales y puntos de ventas de la Región Metropolitana (San Miguel, Maipú, La Florida, y comunas emergentes).
2. Que cuenten con góndolas o pasillos de productos automotrices focalizado en vehículos de uso familiar.

Grupo de interés: Clientes finales de este canal - Dueños de vehículos particulares que frecuenta retailers. Este segmento se entiende con atención B2B2C**.

** Cliente final: dueños de automóviles con valor superior a \$3.000.000, que cuenten o no con seguro automotriz, consumidor que tiene hasta 20 años de antigüedad el vehículo. El valor del automóvil asegurado fluctúa entre \$3.000.000 y \$14.000.000 según nuestra encuesta es el 30% de los clientes hombres y mujeres con edad promedio entre 30 y 35 años.

4.4. Matriz de priorización por canal

Priorización por Canal		Interés	
		Bajo	Alto
Poder	Bajo	A	B
		DD de vehículos Usado	Cliente Directo
	Alto	C	D
		Retail	Aseguradoras Automotoras

- Los grupos de interés en el grupo A requieren sólo de esfuerzos y supervisión mínimos.
- Los grupos de interés en el grupo B debe de mantenerseles informados. Ellos pueden ser importantes para influenciar a los grupos de interés más poderosos.
- Los grupos de interés en el grupo C son poderosos, pero su nivel de interés en las estrategias de la empresa es bajo. Son generalmente pasivos, pero pueden emerger repentinamente como resultado de ciertos acontecimientos, moviéndose para dicha situación a la posición del grupo D. Debe de mantenerseles satisfechos.
- Los grupos de interés en el grupo D son poderosos y altamente interesados en las estrategias de la empresa. La aceptación de estrategias por parte de estos jugadores dominantes debe ser tomada como una consideración importante en la evaluación de nuevas estrategias.

Tabla de coberturas por etapa y dificultad de captura por canal

Cientes	Cobertura	Captura	Atractivo Mercado Objetivo	Dificultad de captura
Venta internet o directa	Etapas 1	606	94.571	Ubicación Sucursal.
Aseguradoras	Etapas 1	5.190	152.596	El costo que está dispuestos a pagar por el servicio.
Empresas Automotoras y Distribuidoras de autos nuevos	Etapas 1	2.855	84.490	Homologar producto, para ser usado como accesorio para no perder la garantía. Contacto con gerentes comerciales de forma directa.
Distribuidores de vehículos usado	Etapas 2	3.662	97.690	Contacto con gerentes comerciales de forma directa. Desconocer negociaciones con otros competidores a mejor precio
Venta a través del canal Retail	Etapas 3	3.352	79.306	Ingresar a Retail correcto en este segmento. Gastos excesivos de publicidad (promotor, reponedor) Transmitir el servicio a través del empaque.

4.5. Estrategia de producto/servicio

Nuestro producto tendrá un foco tecnológico centrado en el recupero y prevención de robo de vehículos, este constará con 2 elementos fundamentales para su ejecución y diferenciación respecto de la competencia.

Producto GPS

Esta tecnología permitirá localizar al vehículo y se podrá tener acceso a él a través de una aplicación móvil (celular o tablet), a través de la web y a través de la central de monitoreo. Este equipo constará con los siguientes accesorios disponibles:

- Inmovilizador remoto, detención vía remota del vehículo ya sea por combustible o por segunda ignición, cuidando la seguridad vial del entorno.
- Geocercas de seguridad, alerta de salida de geocerca en horario no autorizado.

Plataforma de Monitoreo

Esta plataforma tecnológica permitirá monitorear el vehículo en tiempo real y tendrá la capacidad de gestionar eficientemente todas las alertas o comandos de seguridad requeridos (inmovilizadores, geocercas de seguridad, etc.), también permitirá gestionar reportes de gestión de seguridad como por ejemplo:

- Alerta de excesos de velocidad, definición de velocidad máxima.
- Herramientas de gestión, repetir un día, registro del recorrido diario.
- Consumo promedio de combustible, ingresar rendimiento de vehículo y calcula el consumo diario, semanal y mensual según recorrido realizado.
- Ruta eficiente, se ingresa dirección y calcula la ruta eficiente en consumo de combustible, tiempo y congestión vehicular asociada.

Equipo de Monitoreo Virtual y en Terreno.

Equipo Virtual

Nuestra plataforma **cuenta con monitoreo en tiempo real por personal calificado**, es decir, existen personas que estarán revisando y monitoreando los vehículos con este servicio contratado, confirmando la activación de alertas y guiando el recupero vía remota.

Equipo en Terreno

Car Recovery mantendrá en Santiago un equipo de apoyo en terreno que facilitará la recuperación de los vehículos, en una primera etapa existirán 4 motoristas equipados, que estarán 7x24 apoyando la gestión del recupero del vehículo robado o siniestrado, ejemplo, si se activa la alerta de robo, se ejecuta el corte de combustible y el vehículo quedará inmóvil en algún lugar en la vía pública, entonces este equipo será el primero en llegar al lugar para asegurar el activo robado y deberá informar la ubicación real a Carabineros.

Otros Beneficios

Nuestra compañía tendrá convenios con compañías de servicios que les permitirán a nuestros clientes acceder a soluciones con precios diferenciados en el caso de tener un robo de vehículo, como por ejemplo:

- Grúas remolcadoras.
- Abogados.
- Talleres mecánicos, desabolladores y pinturas certificados.
- Empresas comerciales con ventas de accesorios y repuestos.
- Convenio con compra y venta de autos.
- Etc.

Actualmente **nuestra compañía es la única con un servicio integrado en monitoreo en tiempo real, recupero de vehículos en terreno y adicionalmente con otros beneficios para los clientes**, la competencia en Chile sólo cuenta con servicio de instalación de GPS y localización del vehículo, este último debe ser realizado por el mismo propietario y no tienen estos servicios asociados.

Finalmente el producto/servicio ofrecido por nuestra compañía no existe aún en Chile, este incorpora equipamiento de última tecnología, no invasiva al vehículo, difícil de detectar y con la incorporación de accesorios de seguridad. En cuanto al servicio de monitoreo somos la única compañía con monitoreo en tiempo real de los vehículos contratados y con equipos de apoyo en terreno que facilitan la tele-vigilancia

4.6. Estrategia de Precio

Dentro de nuestra estrategia de precios hemos definido que, estos canales tendrán incentivo económico por venta del servicio (Gift card, concursos, etc.), la única excepción es Retail el cual marginará 20% por Rapel y Rebates más 30% de margen directo.

Canales que venderán el equipamiento

CANAL	OFERTA	Venta del Equipamiento			Incentivo Anual	\$ Servicio Recurrente	
		Venta	PVP S/IVA	PVP (c/IVA)		\$ Servicio Con IVA	Forma de Pago
Venta internet o directa	Instalación del Hardware en nuestras oficinas o lugar de preferencia del cliente	\$10.000	\$10.000	\$11.900	0%	\$8.092	PAT
Empresas Automotoras	El servicio se entregara como un producto adicional como parte del paquete promocional a la hora de vender el vehículo, ejemplo, hoy te ofrecen patente sin costos otros adicionales, he aquí donde se puede incorporar como una solución promocional este producto.	\$10.000	\$10.000	\$11.900	Incentivo \$24.000.000 Primer Año	\$7.854	PAT
Distribuidores de vehículos usado	El servicio se entregara como un producto adicional como parte del paquete promocional a la hora de vender el vehículo.	\$10.000	\$10.000	\$11.900	Incentivo \$7.900.000 Primer Año	\$7.854	PAT
Venta a través del canal Retail	Kit básico que incluye GPS + Kit de Instalación + Plan de datos por 30 días	\$22.000	\$36.667	\$43.633	50%	\$9.282	PAT

Canal Aseguradoras con Equipo en Comodato

CANAL	OFERTA	Venta del Equipamiento			Incentivo Anual	\$ Servicio Recurrente	
		Venta	PVP S/IVA	PVP (c/IVA)		\$ Servicio Con IVA	Forma de Pago
Aseguradoras	Join Venture con las principales aseguradas del país, con el fin de que estos los incorporen como un producto adicional, que permita al usuario tener una cuota preferencial por implementar este producto.	Equipo en Comodato	Equipo en Comodato	Equipo en Comodato	Incentivo \$13.000.000 Primer Año	\$7.735	PAT

4.7. Estrategia de Distribución

Debido a los diversos canales que atacaremos en nuestra gestión, cada uno de ellos tendrá estrategias diferenciadas según acuerdos comerciales y peso del canal, por lo tanto los esfuerzos en logística y marketing son distintos en cada uno, diferenciaremos solo la instalación del equipo GPS el que se realizará en nuestras oficinas, domicilio y en los talleres de las automotoras y distribuidoras.

Venta Internet o Directa:

La ubicación de nuestra oficina y servicio técnico es un factor clave para el negocio, es por esto, que estará cerca de Américo Vespucio, en lugares como Ñuñoa, Providencia o Las Condes. En esta oficina habrá venta directa, también estimamos que captaremos la mayor cantidad de clientes a través de promociones directa en nuestra plataforma web aproximadamente un 80%.

Nuestro equipo comercial ofrecerá GPS CAR RECOVERY más el regalo promocional de corte de motor de velocidad cero "0".

Aseguradoras: este canal será el más importante para lograr la masa crítica, ellos tendrán una estrategia de precio diferenciada, entregaremos el servicio por volumen, nuestra oferta formará parte de los seguros como servicio adicional con un gap diferenciado, considerando el peso que tendrá este canal el aparato GPS se entregará sin costo durante toda la operación, con una cláusula de salida del servicio, donde el cliente debe pagar el valor total del GPS.

Dentro de nuestra estrategia está considerado enlazar nuestra aplicación y visualización del vehículo con sus sistemas de Contact Center (team de operaciones) para facilitar las visualizaciones del sistema.

Los posibles conflictos con este canal son dificultad en la entrega de bases de datos de los posibles clientes a quienes podemos enfocar las campañas de marketing, debido a cláusulas de confidencialidad y Fuga de clientes por desafiliación del seguro.

En este canal se realizará un contrato de 18 meses como mínimo para clientes nuevos con cargo automático a la cuenta corriente, con el fin de asegurar el flujo de pago y retorno de la inversión del equipo.

Automotoras y Distribuidoras de Vehículos nuevos: Se incorporará publicidad en las automotoras que accedan a contratar los servicios, la venta se hará directo a la automotora que incorpora el servicio preinstalado en sus vehículos, nuestros técnicos instalarán los GPS en el servicio técnico de cada automotora, para no perder la garantía y los clientes tendrán que activarlo en nuestra plataforma.

Los posibles conflictos es no contar con los permisos por parte del fabricante (marcas automotrices) del sistema GPS para no perder garantía de fábrica.

Distribuidores de Vehículos Usados: Instalaciones de POP en las distribuciones, y ofrecer el producto GPS CAR RECOVERY a través de campaña push – pull las que serán activadas por el vendedor del canal, quien recibirán incentivos por la venta de nuestros equipos.

Los posibles conflictos con los distribuidores, es que ellos no perciban beneficio al incorporar el servicio.

Retail –Supermercados –Bencineras:

Para facilitar la incorporación del SKU se entregará a consignación el producto GPS CAR RECOVERY, enfocado en la distribución intensiva, para lograr tener la mayor cantidad de clientes, los retailers y en particular; en la primera etapa serán los supermercados y retailers ubicados en comunas emergentes, este canal ofrecerá un empaque con el GPS CAR RECOVERY.

La logística, se hará según normas y estándares de cada retailers para facilitar la incorporación del producto.

Este canal por su naturaleza tendrá una intensiva campaña de promoción, donde instalaremos POP tipo cenefa en góndolas con apoyo de flyer informativos prepicados y promotores los fines de semana. Los posibles conflictos radican en discrepancias en las bases de los acuerdos comerciales, relativos a exclusividad, cantidad mínima de venta, volumen de rotación, impedimentos de los diseños y tamaños del POP en las góndolas.

4.8. Estrategia de Comunicación y ventas

La estrategia, es transmitir a los consumidores y canales las virtudes de Car Recovery, tal como el monitoreo por nuestros operarios 24/7 y recupero en tiempo real por un team especializado, apoyado por plataforma y app disponible 24/7.

El mensaje que transmitiremos a todos los canales se enfocara en nuestra propuesta de valor “Control, Prevención y Tecnología de apoyo para prevención de robo del vehículo particular”, toda nuestra publicidad y merchandising corporativo tendrá mensajes alusivos a nuestra alta tecnología de monitoreo y apoyo a la recuperación de sus bienes, para los clientes femeninos y familia se enfocará en Segurizar al cliente a través del monitoreo y seguimiento de vehículos.

Nuestro objetivo es captar el 1,4% de mercado objetivo el primer año para llegar al 7,7% en la tercera etapa del negocio y 24,1% al final del quinto año de operación; estos valores son validados a través de la investigación realizada a aseguradoras, competencia, crecimiento de venta de autos nuevos y usados, y variación del parque vehicular desde 1996 a 2015, por otra parte en medios digitales esperamos llegar al 100% de los dueños de automóviles entre 20 y 45 años, y tener las de 15.000 seguidores en redes sociales el primer año.

Estrategia:

1. Realizar Join Venture con las principales aseguradoras del país, con el fin de que estos lo incorporen como un producto adicional, que permita al usuario tener una cuota preferencial por implementar este producto y por otra parte permitir la disminución del pago por vehículo siniestrado (robo no recuperado)
2. Desarrollo de alianzas con los proveedores, para aportar a la escalabilidad en el producto.
3. Creación de valor dentro del equipo de trabajo a todo nivel, establecer políticas de comunicación y buenas prácticas para lograr la mejora continua en cada departamento de nuestra organización.
4. Política de retención asociada al 3,5% de las ventas desde el mes que 5 cuando se inicia el Churn.

Cada uno de nuestros canales tendrá distintas acciones enfocadas en sus necesidades.

Acciones del corporativo

El marketing de la compañía trabajara fuertemente en medios digitales, diseños de gráficos para toda la operación, para ello, tercerizaremos este trabajo utilizando las siguientes herramientas.

Herramientas de medios
Adwords Google
App de uso
Asignados a MKT Canales
Demo app
Funpage Facebook
Nuevos videos YouTube
Packaging (empaque e instructivos)
Poste venta - Descuento para fidelización
Poste venta - Mailing
Twitter
Canal de YouTube
Video YouTube demo app
Video YouTube Serv. Básico
Video YouTube ventajas
Web
Estudio de Mercado

Acciones de Venta Directa y Online

Para la operación, es de vital importancia el reconocimiento de marca y el servicio prestado, es por ello que el marketing se dirigirá a medios masivos de fácil acceso, como medios escritos y televisivos utilizando las siguientes herramientas. (Brochure)

Herramientas de medios	Inversión en MKT Año 1	Inversión en MKT Año 5
Alianza para vocería con referidos (ACCH)		
Broshure explicativos brandeados con la compañía		
Capacitación FFVV (10)		
Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos		
Inserto en diario Gratuitos + la Tercera o el Mercurio		
Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)		
Publireportajes (CHV)		
Vibrin o Saltarín / sticker para PC		
Volantes estacionamientos		
Acciones del Corporativo		
	\$ 14.550.000	\$ 68.366.400

Nuestro equipo de ventas, tendrá capacidad de captura y cierre de ventas telefónicas y presenciales, el pago del servicio será a través de tarjetas de crédito por un servicio anualizado.

Acciones de Aseguradoras

Este canal es el de mayor peso al inicio de la operación, donde buscamos cautivar tanto a la aseguradora como el cliente final, las herramientas de comunicación serán:

Herramientas de medios	Inversión en MKT Año 1	Inversión en MKT Año 5
App de uso Brandeados con la compañía	\$ 98.000.000	\$ 300.016.800
Brochure explicativos brandeados con la compañía		
Capacitación FFVV (10)		
Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos		
Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)		
Vibrin o Saltarín / sticker para PC		
Web landing pages brandeadas		
Acciones del Corporativo		

Tendremos vendedores exclusivos para este canal, quienes atenderán a los Product Manager y ejecutivos comerciales de las distintas compañías de seguros, ellos se encargaran de la captación de clientes nuevos y entrega de herramientas gráficas.

El cobro será por incorporación de nuestro servicio en las pólizas a vender, cobro mensual por servicio activo, se realizará al cliente final con un valor equivalente a 18 meses, pero la TC descontará en 18 cuotas iguales.

Acciones de Automotora, Distribuidor de Vehículos Nuevos.

Para MKT y Ventas este canal se fusionó en una sola área, debido a que las características son similares, donde interactuaremos con las marcas, y publicitamos en páginas web destacadas de este mercado, las herramientas de comunicación serán:

Herramientas de medios	Inversión en MKT Año 1	Inversión en MKT Año 5
App de uso Brandeados con la compañía	\$ 62.700.000	\$ 162.016.800
Banner Demotores /Chileautos		
Brochure explicativos brandeados con la compañía		
Capacitación FFVV (10)		
Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos		
Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)		
Vibrin o Saltarín / sticker para PC		
Web landing pages brandeadas		
Acciones del Corporativo		

Nuestro equipo de ventas, se encargara de cerrar acuerdos comerciales, donde el vehículo salga del concesionario y distribuidor con el equipo GPS preinstalado, con cobro y contrato mensual directo al cliente final, a su vez nuestro equipo será responsable de mantener al canal incentivados con elementos promocionales y premios por resultados.

Acciones en Distribuidor de Vehículos Usados

Estas acciones parten en la segunda etapa, donde las acciones son similares al que utilizaremos en automotoras:

Herramientas de medios	Inversión en MKT Año 2	Inversión en MKT Año 5
App de uso Brandeados con la compañía	\$ 65.750.000	\$ 166.200.000
Capacitación FFVV (10)		
Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos		
Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)		
Volantes esquinas importantes		
Web landing pages brandeadas		
Acciones del Corporativo		

Este canal será entendido por el mismo ejecutivo de automotoras, quien se encargará de cerrar acuerdos comerciales, donde el vehículo salga del concesionario y distribuidor con el equipo GPS preinstalado, con contrato mensual directo al cliente final, a su vez nuestro equipo será responsable de mantener al canal incentivados con elementos promocionales y premios por resultados.

Acciones en Retail

Estas acciones parten en la tercera etapa, utilizando POP en córner o góndolas, y grafica específica para este canal, además de promociones de fin de semana, las herramientas a utilizar serán:

Herramientas de medios	Inversión en MKT Año 3	Inversión en MKT Año 5
Brochure explicativos brandeados con la compañía	\$ 141.400.000	\$ 230.400.000
Capacitación FFVV (10)		
Fill Rate		
Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)		
POP + Promotora (marzo)		
POP Góndolas		
Vibrin o Saltarín Góndola		
Volantes bencineras		
Acciones del Corporativo		

La venta será por concesión para el retailers, venta de equipos + instalación, el cliente final comprará nuestro producto y deberá activarlo en la aplicación ingresando su tarjeta de crédito (similar Netflix), con ello el servicio comienza funcionar, pero antes debe asegurarse de instalar el equipo en nuestro servicio técnico.

Post Venta para cliente final:

Para nosotros la post venta es prioritaria, para mantener a los clientes captados y transformarlos en los clientes cautivos y fieles, para ello se preparan mailing de información de rutas customizadas por cliente según sus preferencias, uso de su servicio y alarmas, implementar campañas específicas para los clientes donde se priorice la sorpresa.

Precios especiales por continuidad del servicio a través de campañas de fidelización.

Respaldo de la elección: se extrajo de características del consumidor y sus preferencias se extrajeron de estudios de CNC primer semestre 2016 y USABILITYCHEFS.COM 14.05.2015, conferencias de prensa Anac enero, noviembre 2016

4.9. Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual

Las acciones de marketing en su lanzamiento se basan en estrategias de difusión y posicionamiento de marca, después del tercer trimestre comienza la fase de posicionamiento y reconocimiento de marca, en cada una de estas fases las acciones están diferenciadas. (Ver anexo 13.13 Proyección de demanda).

Ch - \$	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mercado Objetivo	\$32.027.058.000	\$34.172.870.886	\$36.462.453.235	\$38.905.437.602	\$41.512.101.921
Demanda en N° vehículos con CAGR de 10% mensual	8.503	21.241	41.278	86.960	139.372
Captura de Mercado	\$445.233.582	\$1.338.217.956	\$2.794.391.822	\$5.820.805.107	\$9.996.143.138
% Market Share	1,4%	3,9%	7,7%	15,0%	24,1%

4.10. Presupuesto de Marketing y cronograma

Cada canal tendrá asignado un presupuesto de marketing según la etapa en la que se encuentre. En la etapa de desarrollo cada herramienta requiere costos asociados, excepto las que serán manejadas por el encargado de redes sociales y desarrollo digital (CM), quien tendrá un costo fijo para la organización. Existen costos recurrentes, los que serán para aquellas acciones de marketing que no estarán activos mensualmente y solo pagara según la frecuencia de uso, como es el caso de las alianzas con referidos, a los que consideramos a \$1.000.000 por cada intervención realizada. En nuestra propuesta se activa 1 por cada trimestre.

Mantenición Post Venta: Se considera un 1,5% de los clientes activos que podrían abandonar el servicio, para ello utilizaremos la estrategia de retención a través de descuento de una cuota para el año siguiente

Presupuesto de marketing

Canal	Año 1+ Implementación	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aseguradoras	\$ 98.000.000	\$ 165.500.000	\$ 207.700.000	\$ 243.300.000	\$ 300.016.800
Automotoras	\$ 62.700.000	\$ 92.250.000	\$ 115.525.000	\$ 129.300.000	\$ 162.016.800
Vta Directa	\$ 14.550.000	\$ 25.500.000	\$ 37.375.000	\$ 49.786.800	\$ 68.366.400
Díst Usados	\$ -	\$ 65.750.000	\$ 98.500.000	\$ 129.300.000	\$ 166.200.000
Retail	\$ -	\$ -	\$ 141.400.000	\$ 174.313.200	\$ 230.400.000
Consolidado	\$ 175.250.000	\$ 349.000.000	\$ 600.500.000	\$ 726.000.000	\$ 927.000.000

Para más información ver Time line para acciones de Marketing.

5. Plan de Operaciones

5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones

La operación estará liderada por un Jefe Comercial quien tendrá a su cargo el siguiente organigrama en la etapa 1, en paréntesis verán las cantidades de personal que irán variando según la etapa.

Marketing, Comercial y Post Venta

Esta área estará a cargo en un comienzo por el Gerente General quien liderará el team comercial, además será quien se encargará de Marketing, por lo que estará encargado de definir los productos, adecuación de precios por canal, las políticas comerciales, revisión y adecuación continua estrategia de segmentación por clientes según los canales establecidos.

También será el departamento a cargo de determinar los nuevos productos que se deberán lanzar al mercado, basado en los cambios tecnológicos y de seguridad existentes.

Operaciones y Logística Externa

Está área estará a cargo de ejecutar las instalaciones de GPS con sus debidos accesorios de seguridad, también será responsable del monitoreo remoto (tele-vigilancia) y las patrullas de recupero en terreno.

IT – Desarrollo (Sistemas)

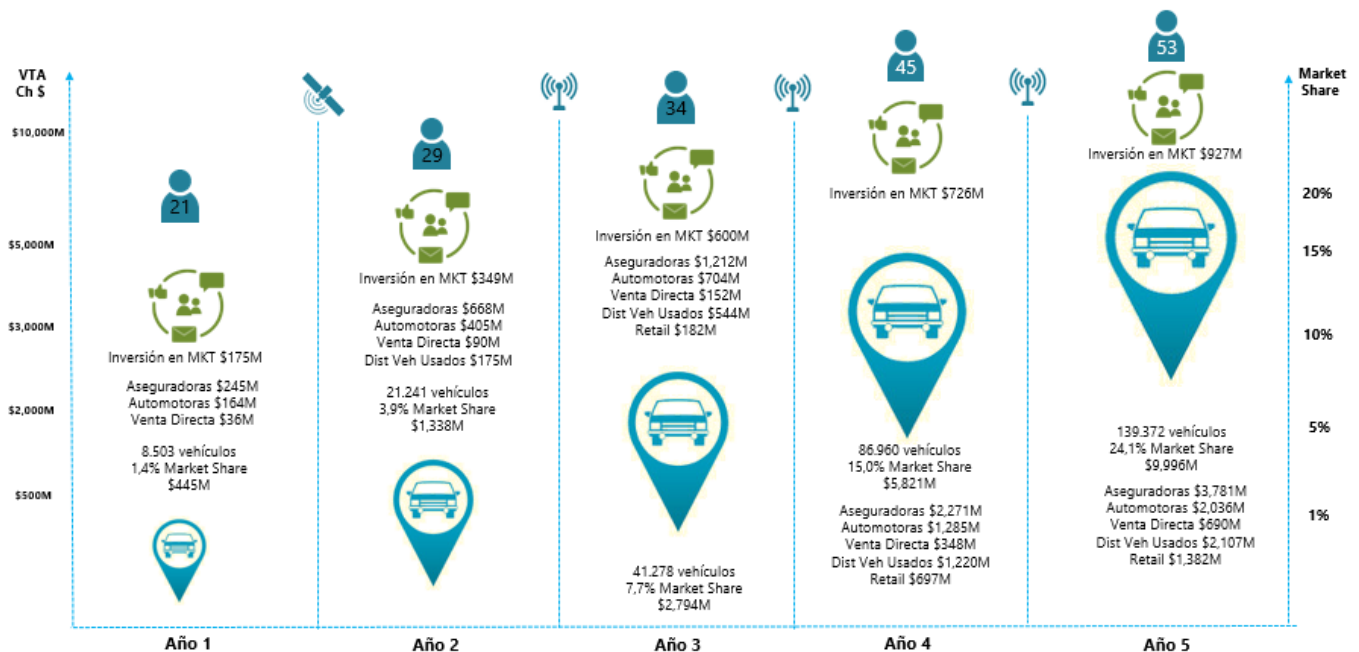
Esta área estará a cargo de asegurar que las plataformas tecnológicas funcionen correctamente con los equipos GPS y accesorios instalados, también deberá velar por los storages de almacenamiento y que la información transferida de los equipos IoT se plasme en un motor de mapas.

Finanzas & Logística Interna

Por ultimo esta área estará a cargo de asegurar la salud financiera de la operación, donde habrá dos asistentes contables quienes podrán regular los gastos y velar por un EBITDA, además tendrán a cargo revisar el forecast de venta para la adquisición, logística y almacenaje de materiales e insumos de la operación.

5.2. Estrategia de crecimiento o escalamiento.

Nuestra compañía basará su crecimiento inicial según su estrategia de segmentación y canales definidos, pero tenemos muy claro que la única forma de asegurar crecimiento es a través de volumen de unidades iniciales, para lo cual se requiera capital humano y recursos como se indica en la imagen



5.3. Flujo de operaciones

Los clientes observan a través de la publicidad los beneficios del servicio, en la página web y canales digitales puede conocer cómo opera el servicio y las distintas versatilidades de reportes y alarmas que están disponibles para operar el servicio.

La compra podrá realizarla con nuestros ejecutivos, la plataforma online o nuestros canales, en este punto nosotros estaremos atentos a cada detalle donde el cliente pueda sentirse acompañado.

Una vez realizada la compra se agenda hora para la instalación del equipo GPS y el corte de motor, donde tendrá que dirigirse a nuestras oficinas o bien iremos al domicilio acordado. Al momento del montaje nuestro “Instalador”, enlazara con los ejecutivos comerciales para concretar la venta del servicio anual si corresponde e inmediatamente dará el alta en la plataforma.

Cuándo tenga el servicio operativo y a la vez libre para controlar el producto a través de la app donde accede a visualizar su vehículo y generar reportes o alarmas customizadas según sus propias necesidades.

Al momento de detectar una alerta por excepción el team de operaciones contactará al cliente para cerciorase que se haya producido un evento de robo, en caso de ser efectiva se activará el recuper, del mismo modo cuando el cliente reporte robo a nuestros team, como se muestra en el siguiente esquema.



La operación del negocio cuenta con 4 entidades importantes todas lideradas por el Gerente de Negocio quien se encarga de revisar, controlar y velar por la estrategia de la organización, liderar el departamento comercial y de MKT, además de finanzas, operaciones y sistemas.

Finanzas, será el equipo encargado de rotación, compra, logística y almacenamiento de inventario, insumos de la operación se adquirirán en China, con compras según la rotación y el forecast de ventas, al inicio de la operación se comprará para 2 meses, una vez en funcionamiento normal, realizando compras con 1 mes de anticipación, las que tendrán flete aéreo, lo que reduce el lead time, bodegaje y costos, se exceptúa de esta rutina las fechas de febrero a mayo, las que deben ser adquiridas con antelación debido al año nuevo chino, donde paran las plantas en origen.

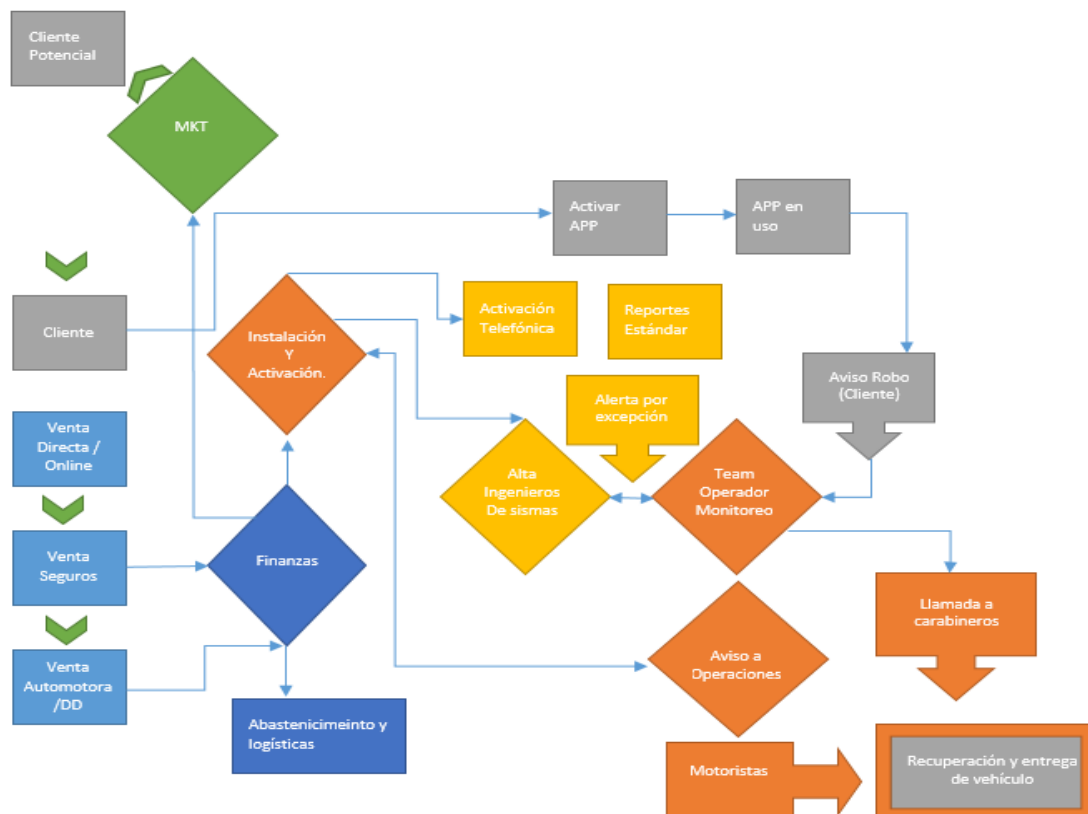
Respecto a la contabilidad serán según las normas establecidas en Chile, la salud financiera será revisada y regulada por el EBITDA, margen y ARPU por canal para maximizar el beneficio.

Los gastos de servicios básicos y fijos serán de responsabilidad de este departamento, según el presupuesto anual.

5.4. Mecanismos de control de inventario

Compras de insumos de la operación según forecast de ventas y regulación según stock en bodega. Compras de marketing se realizarán según presupuesto y acciones a activar por mes. La organización en la operación se resume en el siguiente flujograma.

Flujograma operación completa



5.5. Plan de desarrollo e implementación

Desde los comienzos de la operación el desarrollo e implementación deben estar creando una cultura organizativa de innovación y rápida repuesta, tanto dentro de la organización como de cara a los clientes. Se inicia con la prospección de inmuebles para escoger la mejor ubicación de la Oficina comercial y Técnica, la que debe estar ubicada en las Condes, Vitacura, La Reina o Ñuñoa cercana al eje de Vespucio, por la cercanía y fácil conectividad con las oficinas de gerencia de los principales canales además de aportar una vitrina para los nuevos clientes directos. (Ver anexo 13.15 de Carta Gantt y costos asociados).

5.6. Producto CAR RECOVERY:

Implementación equipo GPS CAR RECOVERY (no navegador) en vehículo con aplicación y visualización en celular (aplicativo). El que permite visualización de su vehículo a través de (waze o google maps) enlazado con nuestra plataforma formando una nueva app, donde podrá visualizar y programar alarmas, además de tener contacto con nuestros operadores para dudas.

Permite activación de robo desde aplicativo activando transmisión cada 1 minuto. Monitoreo remoto desde central activando motoristas y alerta a Carabineros.

Cliente debe ingresar en aplicación datos del vehículo y foto.

¿Cómo se usa?

Cliente activa en aplicativo “vehículo robado” inmediatamente se genera una alerta al equipo GPS monitoreando cada 1 minuto, esta señal se envía a central monitoreo con datos del vehículo:

Marca – Modelo – Año – Patente – Fotografía Se activa equipo de búsqueda motorizado.

Una vez confirmado robo se informa a Carabineros con ubicación y seguimiento.

En el mercado Chileno no existe un sistema “CAR Recovery” como tal, con asistencia en línea, en general los sistemas ofrecidos son equipos GPS que se implementan en los vehículos y estos deben ser monitoreados por el usuario, los accesorios de seguridad como corte de motor no están certificados y no tienen vigilancia en terreno, adicionalmente ninguna compañía al 06/10/2016 no tiene aplicaciones móviles desarrolladas, la experiencia es tomada de Europa, Estados Unidos y en Sudamérica el referente es Brasil.

Este servicio se realiza a través de alta tecnología satelital y aplicativos celulares que permiten obtener en tiempo real la ubicación de sus vehículo, el recupero se realiza mediante una vigilancia en terreno de equipo motorizado y apoyo de Carabineros, adicionalmente esta tecnología permite implementar accesorios de seguridad e inmovilización de vehículos como corte de motor y corte de combustible.

Ejemplo: se ingresa en aplicación en Smartphone o se llama al fono: 600 - XXXXXX, se activa central de monitoreo con visualización cada 1 minuto, se da aviso a Carabineros con posición vehículo robado y se informa a patrulla de recupero para localización en terreno, también se ofrece asesoría legal para ejecutar acciones legales en contra de delincuente o daños y perjuicios causados por el acción de robo (daños a tercero).

5.7. Dotación

La operación contará con profesionales que conozcan los sistemas GPS y cuenten con experiencia previa en empresas de trackeo, con el fin de facilitar las inducciones y capacitación del sistema Car Recovery. (Ver Anexo 13.17 perfiles de personal y anexo 13.18 Personal requerido por área y mes de incorporación)

"El detalle de este capítulo se encuentran en plan de negocio "CAR RECOVERY" PARTE II de Ariel Gómez"

6. Equipo del proyecto

6.1. Equipo Gestor

El equipo gestor está constituido por Ariel Gómez Orellana, Ingeniero Comercial, MBA (C) de la Universidad de Chile, quien trabaja en GPS Chile, empresa dedicada a servicios de GPS para flotas (ver biografía en anexo 13.27), en cuanto a sus competencias, a su haber cuenta con conocimiento de la industria GPS y de la industria de IoT, conocimiento técnico de sistemas GPS además de haber desarrollado distintas áreas de venta.

Ariel es el Gestor de la idea de negocio al visualizar el crecimiento del mercado y como se ha desarrollado tanto en Flotas como en empresas de transporte, con todo el conocimiento de este mercado vislumbró una oportunidad en el mercado de los vehículos particulares.

Tatiana Cataldo Cortes, Ingeniero Eléctrico, Diplomada en dirección comercial y MBA (c) de la Universidad de Chile, quien trabaja como Product manager y docente del rubro eléctrico. (Ver biografía

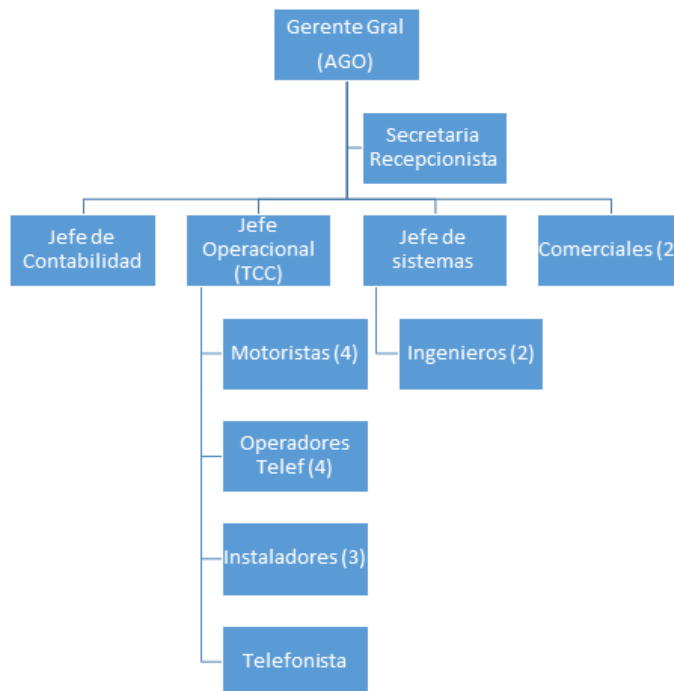
en anexo 13.27), en relación a sus competencias, cuenta con conocimiento de marketing en el área de la industria, desarrollo y lanzamientos de nuevos productos, implementación y relatoría en cursos de capacitación, evaluación de precios y ventas a diversos canales.

6.2. Roles del equipo gestor

Gestor	Pertenencia	Roles
Ariel Gomez	60%	Dirección General. Encargado de liderar toda la operación. Encabezar al operación Financiera. Liderar los contrato de bienes y leasing operativo. Encargado de Liderar el area de ventas con Seguros y Automotoras. Crear area de Operaciones y Sistemas IT.
Tatiana Cataldo	40%	Dirección de Marketing y Comercial. Desarrollo e implementación del Marketing. Encargado de Adquisicion de insumos vitales de la operación. Encargado de publicidad en medios Responsable de contratación del Área de Ventas directa/Online y Retail.

6.3. Estructura organizacional

Se considera la estructura del negocio incluyendo a los Gestores.



Notas: Estructura inicial.

"El detalle de este capítulo se encuentran en plan de negocio "CAR RECOVERY" PARTE II de Ariel Gómez"

7. Plan Financiero

7.1. Precios

Se calcularon precios estimados basados en encuestas realizadas a posibles usuarios, aseguradoras, automotoras, assistance, competencias y comparación de productos similares.

CANAL	Valor Equipamiento	\$ Servicio Recurrente	
	PVP (c/IVA)	\$ Servicio Con IVA	Forma de Pago
Aseguradoras	Equipo en Comodato	\$7.735	PAT
Venta internet o directa	\$11.900	\$8.092	PAT
Empresas Automotoras	\$11.900	\$7.854	PAT
Distribuidores de vehículos usado	\$11.900	\$7.854	PAT
Venta a través del canal Retail	\$43.633	\$9.282	PAT
Aseguradoras	Equipo en Comodato	\$7.735	PAT

*PVP precio de venta a público.

7.2. Crecimiento proyectado

Hemos determinado un crecimiento proyectado de 10% CAGR mensual, este se encuentra basado en la penetración actual de la industria de Transporte por carretera, estos últimos han desarrollado fuertemente este mercado alcanzado un 15% de penetración.

Finalmente nuestra estimación de crecimiento proyectado al final de 5 años permitirá obtener 140.000 vehículos monitoreados (para más información ver estimación de demanda).

7.3. Estado de Resultado y EBITDA

El inicio de la compañía se establece en febrero 2018 y su operación comenzará generando flujo el mismo mes.

Para determinar nuestro capital de trabajo, se establece 1 mes de stock y 2 meses de cuentas por cobrar.

El EBITDA de la compañía al 5to año alcanza el 29,1%, en la industria GPS las compañías tienen como promedio un 24% de EBITDA.

El equilibrio operacional de la compañía se alcanza después de 20 meses de operación, es decir en Octubre de 2019 (Ver anexos 13.20 – 13.21 – 13.22 con cálculos financieros).

7.4. Flujo Financiero

FLUJO DE CAJA LIBRE	AÑO 0	2018 AÑO 1	2019 AÑO 2	2020 AÑO 3	2021 AÑO 4	2022 AÑO 5
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		-308.424.913	-159.210.425	165.676.081	1.033.728.841	2.152.603.094
INTERESES		0	-	-	-	-
AMORTIZACION		18.478.813	20.158.705	20.158.705	20.158.705	20.158.705
Flujo de Caja Libre		-289.946.100	-139.051.720	185.834.786	1.053.887.546	2.172.761.799
Total Arriendo Equ ofi	-35.193					
Total Equipamiento Sistemas	-993.257					
Total Gastos Equi Seguridad	-1.800.000					
Total Gastos Instalación	-1.000.000					
Total Leasin Ope	-85.181					
Total Gastos Fijos	-6.300.000					
Total Marketing	-51.500.000					
Total Sueldos	-20.900.000					
Total Equipos GPS	-16.500.000					
Re Inversión App			-10.000.000	-10.000.000	-10.000.000	-10.000.000
INVERSION	-99.113.632					
KT		-25.273.415	-111.566.080	-206.470.425	-354.980.372	-482.657.648
INVERSION TOTAL (1º)	-99.113.632					
TOTAL FLUJO CAJA LIBRE		-315.219.516	-260.617.800	-30.635.639	688.907.174	1.680.104.151

Calculo de VAN y TIR	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	-99.113.632	-315.219.516	-260.617.800	-30.635.639	688.907.174	1.680.104.151
VAN	387.176.788					
TIR	41,95%					
TASA DESCUENTO	19,53%					
VALOR TERMINAL	14.480.874.303					
PAYBACK	3,9	años				
(Se considera año 1 período de 11 meses operando)						

La necesidad de financiamiento para el negocio es \$705.000.000 y con una inversión inicial de \$99.113.63.-

Tasa de descuento

Tasa Bco Central - Bonos a 5 años	4,02%
Beta Computer Service	0,8300
Riesgo Pais	0,86%
Premio por Riesgo	3,00%
Premio po Liquidez	4,00%
Premio Start Up	5,00%

Calculo Tasa de Descuento	
4,02% + 0,83 * 6,81% + 0,86% + 4% + 5%	
Tasa de dcto	19,53%

(Ver 13.23 balance y capital de trabajo en Anexo, 13.24 Fuentes de financiamiento, 13.25 Análisis de sensibilidad y 13.26 Valle de la muerte)

7.5. Estrategia de Salida

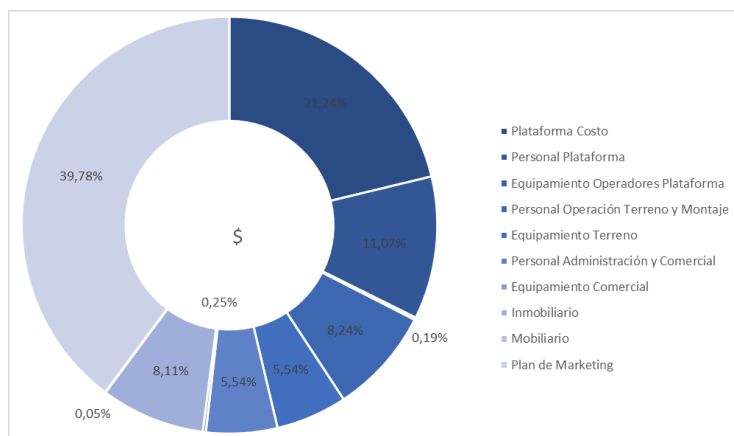
Dado los flujos generados, se estima una estrategia de salida al final del año 5, esto genera un valor terminar de \$14.480.3874.303.

Calculo de VAN y TIR	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	-99.113.632	-315.219.516	-260.617.800	-30.635.639	688.907.174	1.680.104.151
VAN	387.176.788					
TIR	41,95%					
TASA DESCUENTO	19,53%					
VALOR TERMINAL	14.480.874.303					
PAYBACK	3,9	años				
(Se considera año 1 período de 11 meses operando)						

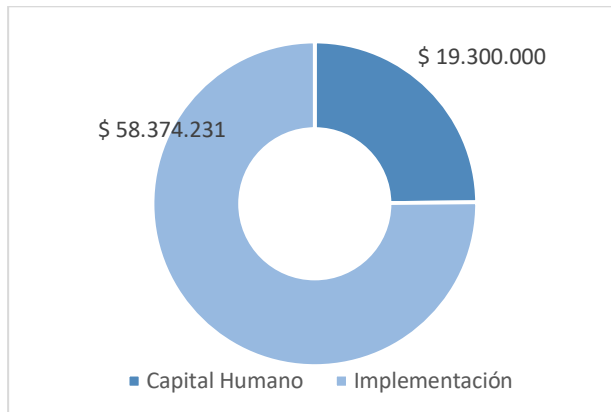
8. Uso de Fondos en inicio de la operación

La operación requerirá fondos previos al inicio del negocio, estos fondos deben estar disponibles previo a la apertura y atención de canales.

Uso de fondos por partida



Uso de fondos Implementación & Capital Humano



"El detalle de este capítulo se encuentran en plan de negocio "CAR RECOVERY" PARTE II de Ariel Gómez"

9. Riesgos críticos

Tecnología GPS 3G y Velocidad de cambio

Rápida obsolescencia del equipamiento, actualmente la RED se está migrando de 2G a 3G (red GPS), se espera que existan cambios cada 4 a 5 años de redes.

Mitigación

Recambio con 50% en el equipamiento a clientes antiguos (más de 2 años) que se encuentren en RED obsoleta, con firma de contrato a 24 meses como mínimo.

Constante actualización de equipamiento relacionada a la RED y conectividad.

Riesgo Operacional

Caída constante de plataforma, lo que no permitirá tener visualización de los vehículos monitoreados y ante algún evento de robo, no se pueda responder con la operación en terreno.

Mitigación

Explotación del sistema en un Storage espejo con enlaces dedicados, esto permitirá la continuidad operacional y respuesta en tiempo real al cliente.

En el caso de Shutdown total del sistema, el espejo permitirá un levantamiento del sistema en 3 horas aproximadamente.

Licenciamiento Internacional

Aumento de costos por licenciamiento internacional de la plataforma (royalty) o pérdida de la representación de la plataforma.

Mitigación

Una vez con el flujo crítico de clientes, se debe comenzar a evaluar un desarrollo local de plataforma GPS que soporte el volumen total de equipos transmitiendo y que contenga escalabilidad operacional del sistema.

10. Propuesta Inversionista

Realizaremos una Propuesta de Asociación, a empresas ligadas al rubro servicios automotrices, dado que nuestro emprendimiento en etapa temprana y considerando que el riesgo es alto, considerando la naturaleza de la operación, entregaremos una TIR del 30% al inversionista en la primera ronda de levantamiento de capital, donde requeriremos \$625.000.000.

La vocación de los gestores es administración y control.

Valorización Pre Money, y % de apropiación:

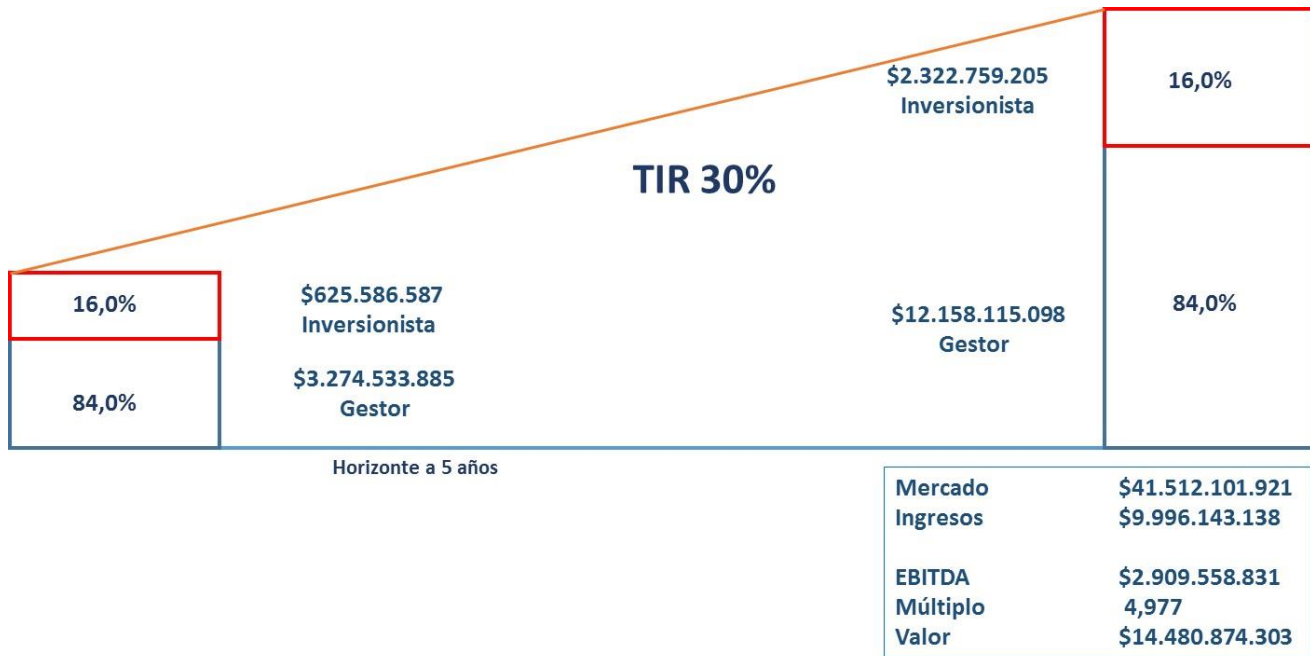
Se realiza por múltiplo de la industria, en este caso Sonda ajustado por liquidez y Start Up

Valorización Pre Money	
Inversión	\$ 625.586.587
Rentabilidad	30%
Horizonte en Años	5
EBITDA Año 5	\$ 2.909.558.831
Multiplo EBITDA	4,977
Valor Futuro del Inversionista	\$2.322.759.205
Valor Futuro de la Empresa	\$14.480.874.303

Año 5	% Propiedad
Propiedad Inversionista	16,0%
Propiedad Fundadores	84,0%

Año 0	% Propiedad	Pre Money
Propiedad Inversionista	16,0%	\$ 625.586.587
Propiedad Fundadores	84,0%	\$ 3.274.533.885
Total	100,0%	\$ 3.900.120.472

Valoraremos el aporte de capital para el inversionista, con el fin de entregar un 16,0% de la empresa (capital a aportar \$625.586.587).



Donde se considera:

- Acciones, serie preferente para el inversionista sobre los 625.000.000 de aporte de capital, completando un 16,0% de la propiedad de la empresas y los socios fundadores serie preferente sobre los 80.000.000 de aporte de capital, más los sueldo mensuales por cumplimiento de Hitos, convertibles el año 5 a serie a preferente.
- Política de propiedad anti dilución para protección del inversionista.
- Capital. El capital requerido en la primera ronda es de \$625.000.000, el que debe ser entregado a la administración dentro de 1 mes de cierre de acuerdo societario.
- TIR del Proyecto. Para el inversionista se considera una tasa del 30%.
- Directorio. 2 directores por parte del inversionista más los dos socios.
- Metas. Para cumplir con los objetivos se entregaran metas mensuales de venta, penetración de mercado semestral y se generara un Balanced Scorecard-BSC donde se monitoree: Finanzas, Ventas, Operaciones, Servicio al cliente y recueros humanos, de forma semestral.

"El detalle de este capítulo se encuentran en plan de negocio "CAR RECOVERY" PARTE II de Ariel Gómez"

Conclusiones

El creciente mercado automotriz apalancado con el aumento de la delincuencia, una alta tasa de robo vehicular, el alto porcentaje de robo de vehículos sin recuperado, ha generado una sensación de inseguridad en todos los Chilenos y riesgo de pérdida de un activo muypreciado, como es un automóvil o el primer automóvil. Todo esto ha permitido un desarrollo de la industria del robo vehicular que supera los US \$200M anuales, esta industria actualmente no tiene un control, mitigación y apoyo en la gestión de recuperado de un vehículo eficiente, por ello el 37% de los vehículos robados no se recuperan.

Hoy la tecnología y seguridad, nos permite implementar herramientas para mitigar y controlar el robo vehicular a un bajo costo mensual. He aquí donde nace nuestro plan de negocio Car Recovery, con una propuesta de valor diferenciadora y con un objetivo muy claro, controlar, monitorear y recuperar vehículos robados.

El plan de negocio muestra un horizonte alcanzable para los hitos y metas propuestos en nuestra tesis, aquí evaluamos volumen de venta, costos fijos, costos variables, flujo financiero, EERR, EBITDA y todos los indicadores tanto comerciales como financieros, determinando así un plan de negocio viable y saludable en el horizonte de tiempo establecido (5 años).

Dentro de los factores claves, además de la venta y lo mencionado anteriormente, es contar con la experiencia en el rubro GPS con trackeo y marketing industrial, esto permitirá tener una visión más clara del mercado a atacar, por ello la experiencia de los fundadores es fundamental.

La industria de monitoreo GPS en Chile nos brinda una oportunidad viable de negocio, donde incorporaremos innovación a lo que ya existe. Hoy en día nuestros competidores en la categoría de vehículos particulares no ofrecen recuperado de vehículos y tampoco monitoreo online 24/7 por un team especializado, este punto se transformó en nuestra propuesta de valor y ventaja competitiva, la que a través de nuestra investigación con competidores en líneas de GPS de flotas, automotoras, assistance, encuestas (ver anexo 13.28 Encuestas) y aseguradores tuvo una excelente recepción, donde algunos de ellos nos plantearon interés en participar de nuestro negocio.

Es por ello que nuestra propuesta a los inversionistas será presentada a empresas de servicio de trackeo GPS y asistencia en ruta, quienes están ligados al rubro, por lo tanto ellos conocen los márgenes, valores Ebitda del rubro, Flujo de caja, inversión, entre otros paramentos financieros que se manejan en sistemas similares al nuestro, para el inversionista consideramos un TIR del 30% y un pacto de acciones preferentes al final del período de 5 años y una estrategia de salida para los gestores después del año 5, valorizando la compañía en \$14.480.874.303.-

Por lo antes mencionado, concluimos que el proyecto es viable, en sus aspectos técnicos, de marketing, operativo, comercial y financiero.

11. Bibliografía y fuentes

- Mercado de GPS:
[Http://www.wmcactionnews5.com/story/33812385/global-car-gps-market-2016-](http://www.wmcactionnews5.com/story/33812385/global-car-gps-market-2016-)
- Parque Automotriz:
<http://www.emol.com/noticias/economia/2016/03/15/793101/parque-automotor-se-septuplica-15-anos-llego-hasta-los-73-millones-vehiculos-en-2015.html>
- Un tercio de los vehículos usados que se venden en Chile tiene hasta cinco años:
<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=237824>
- ¿Dónde se roban más autos en Chile?: <http://www.autofact.cl/comunidad/dondeserobanautos>
- Conferencia de prensa anac ene-2016:
<https://www.anac.cl/uploads/web/conferencia%20de%20prensa%20enero%202016.pdf>.
- Indicador de venta del comercio canal internet a través de tarjetas, crédito y débito en Chile I semestre 2015:
<http://www.cnc.cl/wp-content/uploads/2015/08/informe-ventas-online-primer-semester-2016.pdf>
- Características del consumidor online:
<https://www.ida.cl/blog/estrategiadigital/Caracteristicasconsumidoronlinechile/>
- Chilenos y la compra en línea:
<http://www.usabilitychefs.com/es/habitos-compra-por-internet-de-los-chilenos/>
- Informes de Aseguradores de Chile A.G., anuales y trimestrales:
<http://portal.aach.cl/Estudios.aspx>
- Múltiples USA http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/vebitda.html
- Valoración Sonda: <http://www.elmercurio.com/Inversiones/Noticias/Acciones/2016/08/16/Morgan-Stanley-recorta-target-de-Sonda.aspx>
- Valoración start up: <https://ematrix.wordpress.com/2015/06/10/como-valorizar-tu-startup/>
- BCP Chile: <http://si3.bcentral.cl/Boletin/secure/boletin.aspx?idCanasta=1MRMW2951>

12. Anexos

12.1. Posibles competidores

Nombre	Marca	Precios PVP	Servicio
GPS Vehículos		Instalación \$73.990 + Mensual \$9.990	Basada en tecnología GPS, nuestra solución se enfoca en entregar la protección que requieres para tu vehículo, y a su vez, la tranquilidad que tú deseas, al saber a toda hora y en tiempo real dónde se encuentra y permitiéndote actuar rápidamente ante emergencias. Recomendamos el uso del rastreador GPS Vehículos para automóviles, motocicletas, camionetas, etc.
Viaja Seguro	Redd	\$9.990	Rastree su vehículo a través de tu Smartphone o PC. No requiere instalación, fácil de conectar sin tener que configurar. Alarma de salida y entrada a zonas seguras.
Inmovilizador - MAF 112	demnex	\$39.900	Inmovilizaro bull Modulo Anti asalto bull Accionado siempre después que la puerta fue abierta bull Tiempo de activación del sistema regulable en 1, 3 o 5 minutos bull Simula falla de motor antes de activarse bull Se desactiva mediante mini switch oculto
Rastreador - Tracker GPS	demnex	\$119.900	bull Botón de pánico con alarma S.O.S instantánea enviada al celular de elección. bull Ubicación exacta del Móvil en Tiempo Real. bull Función de Geo-Cerco que detecta el Robo del vehículo en Tiempo Real. bull Desactivación Remota del Móvil (en caso de emergencia).
Gps prepago con corte de motor a distancia	Yapo	\$89.900	Consiste en la instalación de un gps con una simcard prepago (la cual usted puede recargar según el uso mensual) con un número móvil asignado. Este número se contacta por medio de sms con uno/ varios números telefónicos a los cuales les manda su ubicación si se requiere. Por medio de comandos por sms, usted puede detener el automóvil, dejando a este detenido por completo.
GPS Tekno3000 Tracker	Teknoauto	\$89.900	Alarma GPS rastreo satelital para autos Bloqueo de motor(*): Con un simple mensaje de texto podrás, cortar la corriente del vehículo a distancia, impidiendo que se mueva por sus propios medios. (opcional) Micrófono: Escucha el interior del vehículo. (opcional) Geocerca: Con esta función podrás crear un cerco, en donde si el vehículo pasa este límite, envía una alerta Parlante: potente parlante que permitirá tener una comunicación con el chofer del vehículo siniestrado en caso de problemas. (opcional) Batería de respaldo con duración de un máximo de 3 días. Alerta de exceso de velocidad.
BLACKJAX-5	Autobahnchile	\$199.000	Sistema anti-asalto y recuperación vehicular. Sistema de inmovilización del vehículo. Funcionamiento con clave codificada.
Anti-asaltos Inmovilizador	Z O F R E E	\$34.990	" NO REGALES TU SEGURIDAD" Inmovilizador electrónico anti-asaltos 2,4 Ghz, te protege contra robos, asaltos y portonazos. Es un dispositivo exclusivo que transmite una señal de radio frecuencia 2.4 Ghz entre la central instalada en el automóvil y la tarjeta que porta el conductor, la señal de frecuencia se mantiene en un radio de 3 mts. alrededor del vehículo, si se sufre un incidente por asalto y el automóvil es robado la señal será interrumpida automáticamente al separarse el automóvil de la tarjeta que porta el conductor cortando la energía y deteniendo el motor a los 30 segundos de ocurrido el evento, permitiendo al conductor protegerse antes que el vehículo se detenga, obligando al huida y abandono del automóvil por los atacantes. Compatible con el 99% de los automóviles, sin alterar su funcionamiento.

12.2. Categorización de clientes.

Categorización por segmento

Segmento	Clientes				
	Venta internet o directa	Retail	Aseguradoras	Automotoras /DD de vehículos nuevos	DD de vehículos usado
Valor del vehículo entre 3\$MM y 8\$MM	X				X
Valor del vehículo entre 3\$MM y 14\$MM		X		X	
Valor del vehículo entre 3\$MM y más			X		

Categorización por Oferta

Segmento	Clientes				
	Venta internet o directa	Retail	Aseguradoras	Automotoras /DD de vehículos nuevos	DD de vehículos usado
Instalación del Hardware en nuestras oficinas o lugar de preferencia del cliente (* Taller Automotora)	X	X	X	X	X
Kit básico que incluye GPS + Kit de Instalación + Plan de datos por 30 días		X			
Join Venture con las principales aseguradas del país, que permita al usuario tener una cuota preferencial por implementar este producto			X		
El servicio se entregara como un producto adicional como parte del paquete promocional a la hora de vender el vehículo				X	
El servicio se entregara como un producto adicional como parte del paquete promocional a la hora de vender el vehículo					X

Categorización por preferencias del cliente o canal

Segmento	Clientes				
	Venta internet o directa	Retail	Aseguradoras	Automotoras /DD de vehículos nuevos	DD de vehículos usado
Servicio de seguridad a un costo aceptado	X				
Producto con alto margen		X			
producto a concesión		X			
Producto debajo costo para Consumidor		X	X		
Ser parte de los servicios ofrecidos			X		
Diferenciación en Seguridad y Tecnología				X	X
Ofrecer venta de servicios				X	X

Categorización Por conductas del Cliente o Canal

Segmento	Clientes				
	Venta internet o directa	Retail	Aseguradoras	Automotoras /DD de vehículos nuevos	DD de vehículos usado
Búsqueda de Información de venta online 85% a través del notebook o PC	X				
92% comprar a través de el notebook o PC.	X				
Más de la mitad de los chilenos declara estar interesado en la tecnología (55%)	X				
Más del 50% vitrina antes de comprar y para hacer seguimiento del producto durante el proceso de compra.	X				
Alta rotación		X			
Maximizar el margen		X			
Exhibir el producto en la góndola o córner.		X			
Obtener mayor retribución a bajo costo			X		
Liderar en algún segmento, a través de diferenciación con mejoras tecnológicas e innovaciones				X	
Oferta de productos semi nuevos y maximizar el margen					X

Categorización por Motivación por contratar nuestro servicio

Segmento	Clientes				
	Venta internet o directa	Retail	Aseguradoras	Automotoras /DD de vehículos nuevos	DD de vehículos usado
Recuperar Automóvil rápido (ej. dentro de las 48horas)	X	X	X	X	
Compra de Tecnología	X	X			
Sensación de seguridad para el consumidor	X	X	X	X	X
Venta de Tecnología			X	X	X
Diferenciar sus vehículos con un equipo GPS con servicio antirrobo pre instalado				X	X
Revenir Robos y portonazo	X	X	X		
Monitoreo de Vehículo 24/7 a travez de app	X	X	X	X	X
App de ruteo, ubicación, alarmas para hijos y otros usuarios del vehículo	X	X	X	X	X
Reducir gasto asociado por siniestro y el aprovisionamiento (promedio 5,2\$MM)	X	X	X		
Homologo de seguro a bajo costo	X	X			X

12.3. Anexo Competencia, sustitutos y diferenciación.

Nombre	Marca	Precios PVP	Servicio	Diferenciación Car Recovery
GPS Vehículos	Cualquiera	Instalación \$73.990 + Mensual \$9.990	Basada en tecnología GPS, nuestra solución se enfoca en entregar la protección que requieres para tu vehículo, y a su vez, la tranquilidad que tú deseas, al saber a toda hora y en tiempo real dónde se encuentra y permitiéndote actuar rápidamente ante emergencias. Recomendamos el uso del rastreador GPS Vehículos para automóviles, motocicletas, camionetas, etc.	Servicio de recuperación con patrulla. Servicio de monitoreo online por plataforma y equipo Car recovery.
Viaja Seguro	Redd	\$ 9.990	Rastree su vehículo a través de tu Smartphone o PC. No requiere instalación, fácil de conectar sin tener que configurar. Alarma de salida y entrada a zonas seguras.	Aparato GPS Instalado. Aplicación compatible para Smartphone, iPhone y Pc.
Inmovilizador - MAF 112	demnex	\$ 39.900	Inmovilizador Bull Modulo Anti asalto Bull Accionado siempre después que la puerta fue abierta Bull Tiempo de activación del sistema regulable en 1, 3 o 5 minutos Bull Simula falla de motor antes de activarse Bull Se desactiva mediante mini switch oculto	No cuenta con el Inmovilizador como producto básico, es un producto accesorio para Car Recovery.
Rastreador - Tracker GPS	demnex	\$ 119.900	Bull Botón de pánico con alarma S.O.S instantánea enviada al celular de elección. Bull Ubicación exacta del Móvil en Tiempo Real. Bull Función de Geo-Cercos que detecta el Robo del vehículo en Tiempo Real. Bull Desactivación Remota del Móvil (en caso de emergencia).	Servicio de recuperación con patrulla Car Recovery. Servicio de monitoreo online por plataforma y equipo Car recovery. No requiere recarga de simcard, esta incluido en el valor mensual.
GPS prepago con corte de motor a distancia	Yapo	\$ 89.900	Consiste en la instalación de un GPS con una simcard prepago (la cual usted puede recargar según el uso mensual) con un número móvil asignado. Este número se contacta por medio de sms con uno/ varios números telefónicos a los cuales les manda su ubicación si se requiere. Por medio de comandos por sms, usted puede detener el automóvil, dejando a este detenido por completo.	Servicio de monitoreo online por plataforma y equipo Car recovery. No requiere recarga de simcard. No se considera motoristas en primera etapa.
GPS Tekno3000 Tracker	Teknoauto	\$ 89.900	Alarma GPS rastreo satelital para autos. Bloqueo de motor(*): Con un simple mensaje de texto podrás, cortar la corriente del vehículo a distancia, impidiendo que se mueva por sus propios medios. (opcional). Micrófono: Escucha el interior del vehículo. (opcional) Geo cerca: Con esta función podrás crear un cerco, en donde si el vehículo pasa este límite, envía una alerta. Parlante: potente parlante que permitirá tener una comunicación con el chofer del vehículo siniestrado en caso de problemas. (opcional). Batería de respaldo con duración de un máximo de 3 días. Alerta de exceso de velocidad.	Servicio de monitoreo online por plataforma y equipo Car recovery. No requiere recarga de simcard. No se considera motoristas en primera etapa.
BLACKJAX-5	Autobahnchile	\$ 199.000	Sistema anti-asalto y recuperación vehicular. Sistema de inmovilización del vehículo. Funcionamiento con clave codificada.	No hay enlace a carabineros. No hay recuperación con flota.
Anti-asaltos Inmovilizador	ZOFRE	\$ 34.990	" NO REGALES TU SEGURIDAD " Inmovilizador electrónico anti-asaltos 2,4 GHz, te protege contra robos, asaltos y portonazos. Es un dispositivo exclusivo que transmite una señal de radio frecuencia 2.4 GHz entre la central instalada en el automóvil y la tarjeta que porta el conductor, la señal de frecuencia se mantiene en un radio de 3 mts. alrededor del vehículo, si se sufre un incidente por asalto y el automóvil es robado la señal será interrumpida automáticamente al separarse el automóvil de la tarjeta que porta el conductor cortando la energía y deteniendo el motor a los 30 segundos de ocurrido el evento, permitiendo al conductor protegerse antes que el vehículo se detenga, obligando al huida y abandono del automóvil por los atacantes. Compatible con el 99% de los automóviles, sin alterar su funcionamiento.	No hay monitoreo online. No hay enlace a carabineros. No hay recuperación con flota
Seguro Conectado	Falabella	\$35.000 a \$44.000 mensual, deducible 3 y 5 UF (ref. Yaris 2013), \$75.000 se paga si se sale del seguro	Este seguro combina la tecnología con tu forma de conducir, para que puedas tener hasta un 30% de descuento en tu Seguro de Auto	Plataforma no avisa a la compañía de seguros los patrones de conducción del usuario. No hay monitoreo online. No hay enlace a carabineros. No hay recuperación con flota.
Alerta Auto	Ministerio del interior	Gratuito	Activa alarma a carabinero para ir a recuperar durante un hora, luego de ese tiempo no hay más seguimiento	Costo mensual bajo

12.4. Anexo Venta de vehículos particular año 2015

Rango de Precio M\$	Rango	Unids.	%	
\$0	\$2.500	1	5	0,0%
\$2.500	\$3.000	2	0	0,0%
\$3.000	\$3.500	3	145	0,1%
\$3.500	\$4.000	4	1.009	0,4%
\$4.000	\$4.500	5	3.184	1,1%
\$4.500	\$5.000	6	4.370	1,6%
\$5.000	\$5.500	7	3.793	1,3%
\$5.500	\$6.000	8	8.029	2,9%
\$6.000	\$6.500	9	10.417	3,7%
\$6.500	\$7.000	10	15.097	5,4%
\$7.000	\$7.500	11	9.502	3,4%
\$7.500	\$8.000	12	11.548	4,1%
\$8.000	\$8.500	13	11.012	3,9%
\$8.500	\$9.000	14	9.973	3,5%
\$9.000	\$9.500	15	9.369	3,3%
\$9.500	\$10.000	16	13.414	4,8%
\$10.000	\$10.500	17	7.759	2,8%
\$10.500	\$11.000	18	10.866	3,9%
\$11.000	\$11.500	19	9.218	3,3%
\$11.500	\$12.000	20	6.124	2,2%
\$12.000	\$12.500	21	6.482	2,3%
\$12.500	\$13.000	22	7.655	2,7%
\$13.000	\$13.500	23	8.469	3,0%
\$13.500	\$14.000	24	8.631	3,1%
\$14.000	\$14.500	25	6.103	2,2%
\$14.500	\$15.000	26	7.148	2,5%
\$15.000 o mayor		27	92.311	32,8%
TOTAL			281.633	100%

12.5. Anexo Venta de vehículos particular año 2016 (enero – septiembre)

Rango de Precio M\$		Rango	Unids.	%
\$0	\$2.500	1	0	0,0%
\$2.500	\$3.000	2	0	0,0%
\$3.000	\$3.500	3	10	0,0%
\$3.500	\$4.000	4	35	0,0%
\$4.000	\$4.500	5	545	0,3%
\$4.500	\$5.000	6	1.056	0,5%
\$5.000	\$5.500	7	2.084	1,0%
\$5.500	\$6.000	8	4.397	2,0%
\$6.000	\$6.500	9	11.185	5,2%
\$6.500	\$7.000	10	10.266	4,7%
\$7.000	\$7.500	11	9.407	4,3%
\$7.500	\$8.000	12	6.661	3,1%
\$8.000	\$8.500	13	7.639	3,5%
\$8.500	\$9.000	14	8.151	3,8%
\$9.000	\$9.500	15	7.618	3,5%
\$9.500	\$10.000	16	9.894	4,6%
\$10.000	\$10.500	17	9.649	4,5%
\$10.500	\$11.000	18	5.651	2,6%
\$11.000	\$11.500	19	8.122	3,8%
\$11.500	\$12.000	20	4.016	1,9%
\$12.000	\$12.500	21	5.417	2,5%
\$12.500	\$13.000	22	7.872	3,6%
\$13.000	\$13.500	23	3.917	1,8%
\$13.500	\$14.000	24	7.240	3,3%
\$14.000	\$14.500	25	4.720	2,2%
\$14.500	\$15.000	26	6.211	2,9%
\$15.000 o mayor		27	74.770	34,5%
TOTAL			216.533	100%

12.6. Anexo Venta de vehículo particular usado

Zona	2015	2014
Chile	679028	637147
RM	325633	305549

12.7. Anexo Parque de vehículos en circulación, por tipo, según región. Desde 2006 a 2015.

CHILE	Tipo de vehículo (número)							
	Transporte particular y otros						Transporte colectivo	
	Automóvil y station wagon /1	Todo Terreno /2	Furgón	Minibús	Camioneta	Motocicleta y similares	Taxi básico	Taxi colectivo
2006	1.514.220	84.932	124.911	17.935	500.831	40.689	41.761	58.852
2007	1.615.458	85.578	129.701	18.722	524.206	63.257	40.313	59.180
2008	1.738.477	87.085	134.388	19.518	551.913	87.545	38.096	58.879
2009	1.816.143	89.210	136.440	20.126	567.445	96.213	34.364	59.831
2010	1.978.018	92.042	142.418	21.777	608.507	102.314	33.723	60.491
2011	2.169.280	93.156	150.428	23.775	653.691	112.806	33.854	59.402
2012	2.383.638	96.175	160.340	28.601	703.616	133.640	33.769	59.091
2013	2.588.061	97.897	168.035	30.089	747.371	148.455	33.675	58.994
2014	2.790.195	100.027	179.144	30.464	794.091	167.876	35.593	59.269
2015 ^{P/}	2.917.992	102.333	184.081	30.864	825.711	173.056	35.735	59.874

12.8. Anexo Índices

Indicador	Año						
	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Total Robos Pais	37151	35819	Sin Información	32742	33355	29094	25610
Total Vendidos Pais	4329646	4156659	3872577	3598870	3296392	3039290	2819772
Total Robos RM	22557	Sin Información	Sin Información	Sin Información	22281	19164	17290
Total Vendidos RM	1777455	1706438	1589814	1477449	1353272	1247724	1157605
Total Asegurado Pais	1298894						
Total Asegurado RM	533237						
Tasa Robo Pais	0,9%	0,9%	Sin Información	0,9%	1,0%	1,0%	0,9%
Tasa Robo RM	1,3%	Sin Información	Sin Información	Sin Información	1,6%	1,5%	1,5%
Total Robo Vehículo Asegurado	9.525	9.014	7910	8.536	7.681	5.973	

12.9. Anexo Mercado Potencial Nacional

	Tasa	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Mercado Potencial	100%	4.329.646	4.156.659	3.872.577	3.598.870	3.296.392	3.039.290	2.819.772
Mercado Objetivo	41%	1.777.455	1.706.438	1.589.814	1.477.449	1.353.272	1.247.724	1.157.605

12.10. Anexo Ranking Pólizas Vigente

(Daños Físicos a Vehículos Motorizados +Responsabilidad Civil Vehículos Motorizados)

Foto dic 2015

Peso	Cía	Cantidad
31%	BCI Seguros	653.203
21%	Magallanes	450.247
10%	Consorcio Nacional	208.036
9%	Chilena Consolidada	188.074
7%	Liberty Seguros	151.109
7%	Mapfre	139.937
6%	Penta Security	131.021
4%	RSA Seguros	82.093
3%	Zenit Seguros	66.531
2%	Renta Nacional	39.908
1%	BNP Paribas Cardif	13.510
1%	HDI Seguros	12.103

Foto Sep 2016

Peso	Cía	Cantidad
26%	BCI Seguros	543.748
22%	HDI Seguros	472.401
11%	Chilena Consolidada	234.229
10%	Consorcio Nacional	215.069
8%	Liberty Seguros	158.795
7%	Magallanes	143.197
6%	Orion Seguros	128.694
1%	BNP Paribas Cardif	16.515

12.11. Anexo Crecimiento Seguros - PIB - Parque vehicular

Años	Seguros Vehículos RM		Nacional		Parque Vehicular Nacional	
	Cantidad	Var %	Cantidad	Var %	Cantidad	Var %
1.996	85.635.397		8.382.238			
1.997	94.175.791	10,0%	9.398.591	12,1%		
1.998	100.929.346	7,2%	9.374.364	-0,3%		
1.999	92.162.464	-8,7%	10.319.982	10,1%		
2.000	91.604.514	-0,6%	11.182.207	8,4%		
2.001	95.989.655	4,8%	11.923.616	6,6%		
2.002	102.410.858	6,7%	12.961.471	8,7%		
2.003	112.494.192	9,8%	14.032.516	8,3%		
2.004	124.263.027	10,5%	16.481.893	17,5%		
2.005	144.536.899	16,3%	18.763.650	13,8%		
2.006	158.296.304	9,5%	21.730.187	15,8%	2.283.892	
2.007	191.057.310	20,7%	24.026.402	10,6%	2.437.329	6,7%
2.008	223.544.400	17,0%	23.468.170	-2,3%	2.619.358	7,5%
2.009	184.297.688	-17,6%	26.640.733	13,5%	2.725.909	4,1%
2.010	253.879.100	37,8%	30.708.310	15,3%	2.945.466	8,1%
2.011	312.965.777	23,3%	32.576.314	6,1%	3.203.760	8,8%
2.012	346.729.416	10,8%	34.658.291	6,4%	3.506.958	9,5%
2.013	372.714.805	7,5%	36.770.010	6,1%	3.781.001	7,8%
2.014	352.451.368	-5,4%	39.600.340	7,7%	4.063.153	7,5%
2.015	17.097.360	-95,1%	41.658.783	5,2%	4.235.485	4,2%

12.12. Anexo Peso por compañías de seguros

Cía	Daños Físicos a Vehículos Motorizados	Responsabilidad Civil Vehículos Motorizados	SOAP
Chubb de Chile		0,5%	0,0%
Magallanes	19,8%	11,0%	3,4%
BCI Seguros	18,0%	17,1%	29,5%
Liberty Seguros	14,4%	9,6%	0,0%
Penta Security	13,3%	12,9%	7,0%
Chilena Consolidada	11,1%	10,4%	4,4%
RSA Seguros	7,8%	22,3%	0,8%
Consortio Nacional	6,7%	3,6%	19,7%
Mapfre	3,1%	8,5%	16,1%
Renta Nacional	2,3%	1,5%	1,8%
Zenit Seguros	2,0%	1,5%	5,2%
BNP Paribas Cardif	1,1%	0,8%	12,0%
HDI Seguros	0,4%	0,4%	
Huelen	0,0%		
AIG Chile	-0,1%	-0,1%	0,0%

12.13. Estimación de demanda
US \$ **\$660**

N° de vehiculos RM	1.695.508
Vta Estimada M° Potencial	\$213.513.720.000
CAGR Ultimos 5 Años Industria Automotriz	6,70%
Penetración Industria GPS en chile (carga Pesada)	15%

Ch - \$	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mercado Objetivo	\$32.027.058.000	\$34.172.870.886	\$36.462.453.235	\$38.905.437.602	\$41.512.101.921
Demanda en N° vehículos con CAGR de 10% mensual	8.503	21.241	41.278	86.960	139.372
Captura de Mercado	\$445.233.582	\$1.338.217.956	\$2.794.391.822	\$5.820.805.107	\$9.996.143.138
% Market Share	1,4%	3,9%	7,7%	15,0%	24,1%

US - \$	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mercado Objetivo	\$48.525.845	\$51.777.077	\$55.246.141	\$58.947.633	\$62.897.124
Demanda en N° vehículos con CAGR de 10% mensual	8.503	21.241	41.278	86.960	139.372
Captura de Mercado	\$674.596	\$2.027.603	\$4.233.927	\$8.819.402	\$15.145.671
% Market Share	1,4%	3,9%	7,7%	15,0%	24,1%

12.14. Métricas de Marketing

Métrica	Formula de calculo	Periodo
Costo adquisición de clientes (CAC)	\$ invertido en MKT / Catidad de cleintes nuevos	mensual
Costo por visita estándar sitio Web	N° de visitas/ valor sitio web	semestral
Costo por contacto	Inversión de marketing/venta	mensual
N° Reclamo	N° Reclamos x mes	mensual
Seguimiento	Tiempo desde que se toma contacto hasta que se cierra la venta	trimestral
El Índice de Conversión (IDC)	Pedidos recibidos / Total Venta	mensual
El Índice de Devoluciones	Devoluciones Recibidas / Total Pedidos	mensual
Costo por visita campaña	N° Vistas / periodo	tiempo de campaña
El Costo por Respuesta campaña	Inversión de la Campaña / Total Respuestas Recibidas	tiempo de campaña
El Costo por Pedido campaña	Inversión de la Campaña / Total venta campaña	tiempo de campaña
Venta sobre el tamaño de la industria	\$ venta / \$ total industria	anual
Top Industria	Medicion del 1 al 10 según entrevistas a 20 cleintes (directo y canales)	anual

Ticket Promedio	Ticket Promedio	recurrencia	Vida del cliente	% Margen OP	CLV
Aseguradoras	6.500	12	2,5	45%	87.104
Automotoras	6.600	12	3,0	50%	119.332
Vta Directa	6.800	12	3,0	50%	122.627
Dist Usados	6.600	12	3,0	46%	109.218
Retail	7.800	12	3,0	54%	150.899

Este indicador nos dirá el tiempo de vida de un cliente y facturación estimada, es decir cuánto ingreso generará a la compañía mientras se mantenga como cliente activo.

Costo de Adquisición de Clientes

CAC	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aseguradoras	\$11.329	\$17.794	\$16.261	\$8.141	\$8.777
Automotoras	\$13.179	\$18.689	\$18.146	\$8.629	\$9.906
Vta Directa	\$14.418	\$22.271	\$27.950	\$9.267	\$8.874
Dist Usados	\$0	\$10.773	\$12.529	\$7.570	\$8.880
Retail	\$0	\$0	\$25.313	\$16.319	\$18.936
Total	\$12.156	\$16.243	\$17.701	\$9.307	\$10.401

Este indicador nos dice cuanto nos cuesta adquirir un cliente nuevo, es decir la inversión en marketing que debo disponer para adquirir clientes nuevos.

12.15. Carta Gantt y costos asociados

Actividades	Recursos para implementación	Recurso por mes	Etapa 1 + Desarrollo e Implementación															
			D+1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
Contrataciones de personal y sueldos *	\$ 20.900.000	\$ 21.434.567																
Arrendar inmueble y gastos fijos básico	\$ 6.300.000	\$ 2.550.000																
Leasing para mobiliarios	\$ 35.193	\$ 185.193																
Leasing Equipamiento Sistemas	\$ 339.038	\$ 339.038																
Realizar montaje de mobiliario																		
Desarrollo tributario de la operación																		
Negociación con proveedores de GPS																		
Compra de insumos de librería y escritorio		\$ 150.000																
Negociación con proveedores de Storage																		
Licenciamiento -Royalty, Enlaces y Equipos *	\$ 16.500.000	\$ 24.587.602																
Defontana	\$ 350.000	\$ 350.000																
Servidores, Telefonía y mantención	\$ 654.219	\$ 954.219																
Realizar montaje de computadores y enlaces de redes																		
Alta al sistema y revisión de fallas																		
Puesta en marcha del sistema																		
Marketing Desarrollo e implementación	\$ 30.900.000																	
Implementación de Marketing anual (div. 12 meses)		\$ 9.559.091																
Capacitación e Inducción de la operación																		
Capacitación de Ventas																		
Visitas y acciones comerciales con Aseguradoras																		
Visitas y acciones comerciales con Automotoras																		
Visitas y acciones comerciales con Distribuidoras de automóviles																		
Cierres de acuerdos comerciales con Aseguradoras																		
Cierres de acuerdos comerciales con Automoras																		
Cierres de acuerdos comerciales con Distribuidoras de automóviles																		
Abastecimiento de pañol	\$ 1.000.000	\$ 50.000																
Compra equipos de Seguridad	\$ 1.800.000	\$ 18.182																
Leasing de Motos	\$ 85.181	\$ 85.181																
Mantención Motos + TAG		\$ 200.000																

Nota: Valores promedio, los costos en detalle se pueden ver en el P&L.

12.16. Time line para acciones de Marketing por canal

Canal	Herramientas de Marketing	Etapa 1 + Desarrollo e Implementación												Etapa 2												
		D+1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Asegurador	App de uso Brandeados con la compañía																									
Asegurador	Brochure explicativos brandeados con la compañía																									
Asegurador	Capacitación FFVV																									
Asegurador	Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos																									
Asegurador	Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)																									
Asegurador	Vibrin o Saltarín / sticker para PC																									
Asegurador	Web landing pages brandeadas																									
Automotora	App de uso Brandeados con la compañía																									
Automotora	Banner Demotores /Chileautos																									
Automotora	Brochure explicativos brandeados con la compañía																									
Automotora	Capacitación FFVV																									
Automotora	Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos																									
Automotora	Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)																									
Automotora	Vibrin o Saltarín / sticker para PC																									
Automotora	Web landing pages brandeadas																									
Corporativo	Adwords Google																									
Corporativo	App de uso																									
Corporativo	Asignados a MKT Canales																									
Corporativo	Canal de YouTube																									
Corporativo	Demo app																									
Corporativo	Funpage Facebook																									
Corporativo	Nuevos videos YouTube																									
Corporativo	Packaging (empaque e instructivos)																									
Corporativo	Poste venta - Descuento para fidelización																									
Corporativo	Poste venta - Mailing																									
Corporativo	Twitter																									
Corporativo	Video YouTube demo app																									
Corporativo	Video YouTube Serv. Básico																									
Corporativo	Video YouTube ventajas																									
Corporativo	Web																									
Corporativo	Estudio de mercado																									
Venta directa	Alianza para vocería con referidos (ACCH)																									
Venta directa	Brochure explicativos brandeados con la compañía																									
Venta directa	Capacitación FFVV																									
Venta directa	Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos																									
Venta directa	Inserto en diario Gratuitos + la Tercera o el Mercurio																									
Venta directa	Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)																									
Venta directa	Publireportajes (CHV)																									
Venta directa	Vibrin o Saltarín / sticker para PC																									
Venta directa	Volantes estacionamientos																									
DD Usados	App de uso Brandeados con la compañía																									
DD Usados	Capacitación FFVV																									
DD Usados	Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos																									
DD Usados	Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)																									
DD Usados	Volantes esquinas importantes																									
DD Usados	Web landing pages brandeadas																									
Retail	Brochure explicativos brandeados con la compañía																									
Retail	Capacitación FFVV																									
Retail	Fill Rate																									
Retail	Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)																									
Retail	POP + Promotora (marzo)																									
Retail	POP Góndolas																									
Retail	Vibrin o Saltarín Góndola																									
Retail	Volantes bencineras																									

Canal	Herramientas de Marketing	Etapa 3												Etapa 4											
		25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Asegurador	App de uso Brandeados con la compañía																								
Asegurador	Brochure explicativos brandeados con la compañía																								
Asegurador	Capacitación FFVV																								
Asegurador	Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos																								
Asegurador	Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)																								
Asegurador	Vibrin o Saltarín / sticker para PC																								
Asegurador	Web landing pages brandeadas																								
Automotora	App de uso Brandeados con la compañía																								
Automotora	Banner Demotores /Chileautos																								
Automotora	Brochure explicativos brandeados con la compañía																								
Automotora	Capacitación FFVV																								
Automotora	Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos																								
Automotora	Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)																								
Automotora	Vibrin o Saltarín / sticker para PC																								
Automotora	Web landing pages brandeadas																								
Corporativo	Adwords Google																								
Corporativo	App de uso																								
Corporativo	Asignados a MKT Canales																								
Corporativo	Canal de YouTube																								
Corporativo	Demo app																								
Corporativo	Funpage Facebook																								
Corporativo	Nuevos videos YouTube																								
Corporativo	Packaging (empaque e instructivos)																								
Corporativo	Poste venta - Descuento para fidelización																								
Corporativo	Poste venta - Mailing																								
Corporativo	Twitter																								
Corporativo	Video YouTube demo app																								
Corporativo	Video YouTube Serv. Básico																								
Corporativo	Video YouTube ventajas																								
Corporativo	Web																								
Corporativo	Estudio de mercado																								
Venta directa	Alianza para vocería con referidos (ACCH)																								
Venta directa	Brochure explicativos brandeados con la compañía																								
Venta directa	Capacitación FFVV																								
Venta directa	Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos																								
Venta directa	Inserto en diario Gratuitos + la Tercera o el Mercurio																								
Venta directa	Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)																								
Venta directa	Publireportajes (CHV)																								
Venta directa	Vibrin o Saltarín / sticker para PC																								
Venta directa	Volantes estacionamientos																								
DD Usados	App de uso Brandeados con la compañía																								
DD Usados	Capacitación FFVV																								
DD Usados	Incentivos a la FFVV (concursos)-Activación Equipos																								
DD Usados	Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)																								
DD Usados	Volantes esquinas importantes																								
DD Usados	Web landing pages brandeadas																								
Retail	Brochure explicativos brandeados con la compañía																								
Retail	Capacitación FFVV																								
Retail	Fill Rate																								
Retail	Merchandising (implementos de Escritorio/Tacos/Calendarios)																								
Retail	POP + Promotora (marzo)																								
Retail	POP Góndolas																								
Retail	Vibrin o Saltarín Góndola																								
Retail	Volantes bencineras																								

La etapa 5 continúa con las acciones de marketing igual a la etapa 4, es por esto que no se incluyó en la gráfica

12.17. Perfil del Personal

Operadores telefónicos

Competencias:

- Brindar atención integral de manera telefónica a los clientes respecto de sus aplicaciones.
- Atiende en sistema de turno 24/7.

Funciones

- Ejecutivos a cargo de resolver en línea los problemas de clientes relacionados a los productos y servicio de monitoreo de los aparatos GPS.
- Ser el apoyo a los motoristas, y quien contactara a Carabineros en caso de robo.

Competencias

- Mínimo estudios técnicos profesional relacionado con informática.
- Idealmente con experiencia en call center o en servicios al cliente.
- Buena dicción.
- Orientación a resultados excelente calidad de servicio.
- Disponibilidad para trabajo en sistema de turnos.

Secretaria Telefonista

En este cargo serás responsable de:

- Recepción telefónica y presencial al local.

Funciones

- Derivar llamadas a cada unidad.
- Recepción de documentos.

Competencias

- Mínimo estudios técnicos profesional de secretariado.

- Idealmente con experiencia mínima de 1 año.
- Buena dicción.
- Orientación a resultados excelente calidad de servicio.

Jefe de plataforma

En este cargo serás responsable de:

- Gestionar el área de operaciones.
- Estar disponible ante cualquier evento 24/7 con artículo 22.

Funciones

- Coordinar el flujo de la operación en su área, coordinar con sistemas el alta del servicio, visualización y monitoreo por parte de sus operadores telefónicos, controlar el buen funcionamiento.

Competencias

- Mínimo estudios de Ingeniería Civil Industrial.
- Liderazgo
- Idealmente con experiencia en sistemas GPS, y manejo de personal.
- Capacidad de resolver problemas con rapidez.
- Disponibilidad para trabajar con Artículo 22

Motorista

En este cargo serás responsable de:

- Realizar recupero del vehículo.

Competencias

- Carabineros Motoristas jubilados con máximo de 50 años.
- Orientación a resultados excelente calidad de servicio.
- Buena Dicción.
- Disponibilidad para trabajo en sistema de turnos.

Funciones

- Recurrir ante robos, en persecución y captura.
- Hacer seguimiento de la evolución del robo y comunicar con carabineros para recurrir al lugar de ubicación el vehículo.

Instalador

En este cargo serás responsable de:

- Realizar instalación de los equipos GPS en nuestras oficinas y en terreno.

Funciones

- Revisar y mantener el pañol y stock de GPS para la instalación.

Competencias

- Mínimo estudios técnicos profesional de electrónica.
- Idealmente con experiencia mínima de 1 año.
- Buena dicción.
- Orientación a resultados excelente calidad de servicio.

Jefe Operadores

En este cargo serás responsable de:

- Gestionar el área de operaciones desde los comienzos.
- Estar disponible ante cualquier evento 24/7 con artículo 22.

Funciones

- Coordinar el flujo de la operación en su área, desde la instalación, coordinar con sistemas el alta del servicio, visualización y monitoreo por parte de sus operadores telefónicos, y los motorista que recurren ante un evento de robo.
- Revisar y crear planillas de trabajadores por turno, controlar el buen funcionamiento.

Competencias

- Mínimo estudios de Ingeniería Civil Industrial.
- Líder.
- Idealmente con experiencia en sistemas GPS, y manejo de personal.
- Capacidad de resolver problemas con rapidez.
- Disponibilidad para trabajo con Artículo 22

Ingeniero de Sistemas y Junior IT

En este cargo serás responsable de:

- Realizar mantención y conectividad de los sistemas.
- Trabajo 24/7 sin necesidad de estar en la oficina, lo puede realizar desde su hogar.

Funciones

- Monitoreo de la plataforma y su continuidad operacional, es decir que los enlaces estén balanceados, que los motores de datos no se caigan, este actualizado, los incidentes de los storages o servidores no colapsen.

Competencias

- Mínimo estudios Ingeniero Informáticos
- Idealmente con experiencia mínima de 3 año, excepto el junio que puede ser un egresado. Buena dicción.
- Orientación a resultados excelente calidad de servicio.
- Disponibilidad para trabajo con Artículo 22.

Jefe de Sistemas IT

En este cargo serás responsable de:

- Gestionar el área de operaciones desde los comienzos.
- Estar disponible ante cualquier evento 24/7 con artículo 22.

Funciones

- Coordinar el flujo de la operación en su área, el personal, y velar por coordinar con las otras áreas dentro de la empresa.
- Revisar y crear planillas de trabajadores por turno, controlar el buen funcionamiento.

Competencias

- Mínimo estudios de Ingeniería Civil Informático.
- Líder.
- Idealmente con experiencia jefaturas de plataformas y sistemas de enlaces.
- Capacidad de resolver problemas con rapidez.
- Disponibilidad para trabajo con Artículo 22.

Vendedores

En este cargo serás responsable de:

- Captar clientes nuevos (aseguradoras, Retail, automotoras, etc.)
- Gestionar su cartera.

Funciones

- Cumplir con las metas establecidas, y velar con mantención de clientes.
- Realizar capacitaciones a los sus clientes.

Competencias

- Mínimo estudios de técnico profesionales.
- Carismático.
- Haber realizado ventas a los canales asignados por más de un año (Aseguradores, Automotoras, Distribuidores de vehículos, y retail)
- Capacidad de resolver problemas con rapidez.
- Disponibilidad para trabajo con Artículo 22.

Jefe de Contabilidad

En este cargo serás responsable de:

- Gestionar toda la operación financiera y contable.

Funciones

- Velar por mantener la salud financiera de la operación, revisar y controlar los gastos, flujo de caja.
- Balances, registros del ejercicio, velar por los registros contables de forma oportuna, y que esta sea fidedigna.
- Gestionar pagos de sueldos.

Competencias

- Mínimo estudios de Contador Auditor.
- Haber realizado jefaturas, y trabajo con personal a cargo.
- Ordenado y sistemático.

Asistente Contable

En este cargo serás responsable de:

- Realizar la contabilidad y pagos de sueldos.

Funciones:

- Recepcionar documentos de venta, y gastos.
- Realizar los registros contables de forma oportuna, y que esta sea fidedigna.
- Realizar pagos de sueldos.

Competencias:

- Mínimo estudios de Contador Auditor.
- Haber realizado jefaturas, y trabajo con personal a cargo.
- Ordenado y sistemático.

Jefe comercial

En este cargo serás responsable de:

- Gestionar toda la operación, y ser el encargado de MKT y Compras de equipos importantes.

Funciones

- Coordinar las jefaturas, con el fin que la operación se realice de la mejor forma.
- Realizar capacitaciones a los sus jefaturas, realizar compra internacionales.

Competencias

- Mínimo estudios Ingeniero Civil industrial con MBA.
- Carismático.
- Haber realizado jefaturas, y trabajo con personal a cargo.
- Capacidad de resolver problemas con rapidez.
- Disponibilidad para trabajo con Artículo 22.

12.18. Personal requerido por área y mes de incorporación.

Operadores Plataforma	QTTY	\$ Costo	Pago	Desde
Operador 1	1	800.000	Mensual	Mes 1
Operador 2	1	800.000	Mensual	Mes 1
Operador 3	1	800.000	Mensual	Mes 1
Operador 4	1	800.000	Mensual	Mes 1
Operador 5	1	800.000	Mensual	Mes 14
Operador 6	1	800.000	Mensual	Mes 31
Operador 7	1	800.000	Mensual	Mes 37
Operador 8	1	800.000	Mensual	Mes 40
Operador 9	1	800.000	Mensual	Mes 43
Operador 10	1	800.000	Mensual	Mes 45
Operador 11	1	800.000	Mensual	Mes 47
Operador 12	1	800.000	Mensual	Mes 50
Operador 13	1	800.000	Mensual	Mes 53
Operador 14	1	800.000	Mensual	Mes 55
Telefonista	1	500.000	Mensual	Mes 1
Jefe Plataforma	1	1.400.000	Mensual	Mes 24

Operación Terreno Costo empresa personal	QTTY	\$ Costo	Pago	Desde
Motorista 1	1	1.000.000	Mensual	Mes 1
Motorista 2	1	1.000.000	Mensual	Mes 1
Motorista 3	1	1.000.000	Mensual	Mes 1
Motorista 4	1	1.000.000	Mensual	Mes 1
Motorista 5	1	1.000.000	Mensual	Mes 15
Motorista 6	1	1.000.000	Mensual	Mes 24
Motorista 7	1	1.000.000	Mensual	Mes 31
Motorista 8	1	1.000.000	Mensual	Mes 37
Motorista 9	1	1.000.000	Mensual	Mes 40
Motorista 10	1	1.000.000	Mensual	Mes 43
Motorista 11	1	1.000.000	Mensual	Mes 45
Motorista 12	1	1.000.000	Mensual	Mes 47
Motorista 13	1	1.000.000	Mensual	Mes 50
Motorista 14	1	1.000.000	Mensual	Mes 52
Motorista 15	1	1.000.000	Mensual	Mes 55
Instalador 1	1	800.000	Mensual	Mes 1
Instalador 2	1	800.000	Mensual	Mes 2
Instalador 3	1	800.000	Mensual	Mes 3
Instalador 2	1	800.000	Mensual	Mes 24
Instalador 3	1	800.000	Mensual	Mes 50
Jefe Operaciones	1	1.600.000	Mensual	Mes 1

Operadores IT Sistemas	QTTY	\$ Costo	Pago	Desde
Ingeniero Sistema 1	1	1.200.000	Mensual	Mes 1
Ingeniero Sistema 2	1	1.200.000	Mensual	Mes 1
Ingeniero Junior	1	800.000	Mensual	Mes 13
Ingeniero 3	1	1.200.000	Mensual	Mes 25
Ingeniero 4	1	1.200.000	Mensual	Mes 25
Ingeniero 5	1	1.200.000	Mensual	Mes 37
Ingeniero 6	1	1.200.000	Mensual	Mes 49
Jefe Sistema	1	2.500.000	Mensual	Mes 1

Administración y Comercial Costo Empresa	QTTY	\$ Costo	Pago	Desde
Vendedor Aseg	1	800.000	Mensual	Mes 1
Vendedor Auto + Dist	1	800.000	Mensual	Mes 1
Vendedor Retail	1	800.000	Mensual	Mes 24
Jefe Comercial	1	1.300.000	Mensual	Mes 1
Jefe Contabilidad	1	1.400.000	Mensual	Mes 1
Asistente Contable	1	700.000	Mensual	Mes 12
Asistente Contable	1	700.000	Mensual	Mes 24
Asistente Contable	1	700.000	Mensual	Mes 36

12.19. Anexo Supuestos

Generales
<ul style="list-style-type: none"> Los ingresos y egresos no serán reajustados, se mantienen constantes Tasa de Impuesto a la Renta de acuerdo a reforma tributaria: 25,5% desde el año 2018 en adelante, considerando que Car Recovery se acoge voluntariamente y opta por el sistema de Renta Atribuida (Art. 2 N° 2 de la LIR).
Estimación de Ingresos
<ul style="list-style-type: none"> La evaluación será a cinco años plazo. Considerando el inicio de operación el 01 de Febrero de 2018. La estimación mensual de ventas se obtiene basado en el calculo de penetración actual de la industrial GPS transporte y carga equivalente al 15% La estimación de ventas tendra un Cagr mensual de 10% en 5 años. Los servicios en venta directa serán cobrados a través Tarjeta de crédito Las Instalaciones serán cobradas en efectivo o Tarjeta de debito. Se estima 3 meses de KT, 2 meses cuentas por cobrar y 1 mes de stock
Estimación de Costos y Gastos
<ul style="list-style-type: none"> El costo de un gps + corta corriente + materiales = \$10.000 El precio de instalación del equipamiento se estima en \$10.000
Plan de Inversiones
Plan de inversión se considera en 2 etapas
<ul style="list-style-type: none"> Inversión año 1 etapa inicial Inversión año 2 segunda etapa
Fuentes de Financiamiento
<ul style="list-style-type: none"> Los 2 socios fundadores aportaran \$80.000 entre los 2. El inversionista aportará \$625.000.000

12.20. Anexo Calculo de Tasa de Descuento

Calculo Tasa de descuento

http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

Beta Computer Service 0,83

Fecha de análisis Enero 2017

Tasa libre de riesgo

<http://si3.bcentral.cl/Boletin/secure/boletin.aspx?idCanasta=HH0651217>

Series del boletín mensual - Banco Central de Chile

Periodo	Tasas de interés de los bonos licitados por el BCCh (BCP) a 5 años (Porcentaje)
	Serie original
ene.2015	
feb.2015	
mar.2015	
abr.2015	4,29
may.2015	
jun.2015	4,11
jul.2015	4,02%
ago.2015	
sept.2015	
oct.2015	
nov.2015	
dic.2015	
ene.2016	
feb.2016	
mar.2016	
abr.2016	
may.2016	
jun.2016	

Riesgo País 0,86%

www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/ctryprem.xls

premio por riesgo proyecto
3,00%

Se estima la prima por riesgo

Premio por liquidez
4%

Premio Star UP
5%

Tasa Bco Central - Bonos a 5 años	4,02%
Beta Computer Service	0,8300
Riesgo País	0,86%
Premio por Riesgo	3,00%
Premio por Liquidez	4,00%
Premio Start Up	5,00%

Calculo Tasa de Descuento	
	4,02% + 0,83 * 6,81% + 0,86% + 4% + 5%
Tasa de dcto	19,53%

$Kp = rf + Bpcd * PRM$

$KP = RF + Bpcd * PRM + PRPAIS + Pxl + PSTup$

Resumen

RF	4,02%
Bpcd	0,83
PRM	6,81%
PRPAIS	0,86%
PxL	4%
PSTup	5%
KO	19,532%

12.21. Estado de Resultado y EBITDA por Canal

Aseguradoras	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	196.365.000	613.130.546	1.139.881.050	2.124.879.839	3.644.280.630
Instalaciones	51.019.500	63.690.027	88.160.045	187.295.800	209.671.812
Churn	-2.635.691	-8.579.515	-16.298.489	-41.421.638	-72.624.100
Total Ingresos	244.748.809	668.241.059	1.211.742.606	2.270.754.002	3.781.328.341
Costos	-162.278.173	-374.200.359	-670.474.023	-1.286.913.323	-2.130.956.591
Margen Op	82.470.636	294.040.700	541.268.582	983.840.679	1.650.371.750
%Marge OP	33,7%	44,0%	44,7%	43,3%	43,6%
Gastos de MKT	-98.000.000	-165.500.000	-207.700.000	-243.300.000	-300.016.800
Gastos	-173.679.636	-189.934.479	-213.071.072	-267.169.575	-333.123.515
Total Gastos	-271.679.636	-355.434.479	-420.771.072	-510.469.575	-633.140.315
%	-138,4%	-58,0%	-36,9%	-24,0%	-17,4%
EBITDA	-189.209.000	-61.393.779	120.497.510	473.371.103	1.017.231.435
%	-96,4%	-10,0%	10,6%	22,3%	27,9%

Automotoras	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	138.207.300	375.243.719	666.537.399	1.210.309.736	1.967.615.128
Instalaciones	28.060.725	34.392.615	46.083.660	95.931.995	104.846.388
Churn	-1.449.630	-4.632.938	-8.519.665	-21.215.961	-36.315.681
Total Ingresos	164.818.395	405.003.396	704.101.394	1.285.025.770	2.036.145.835
Costos	-89.252.995	-202.068.194	-350.475.058	-659.150.726	-1.065.584.833
Margen Op	75.565.400	202.935.202	353.626.336	625.875.044	970.561.003
%Marge OP	45,8%	50,1%	50,2%	48,7%	47,7%
Gastos de MKT	-62.700.000	-92.250.000	-115.525.000	-129.300.000	-162.016.800
Gastos	-95.523.800	-102.564.619	-111.378.061	-136.842.953	-166.578.412
Total Gastos	-158.223.800	-194.814.619	-226.903.061	-266.142.953	-328.595.212
%	-114,5%	-51,9%	-34,0%	-22,0%	-16,7%
EBITDA	-82.658.400	8.120.583	126.723.276	359.732.090	641.965.791
%	-59,8%	2,2%	19,0%	29,7%	32,6%

Vta Directa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	30.021.600	82.985.702	144.497.420	326.419.956	666.290.382
Instalaciones	5.952.275	7.642.803	10.018.187	27.390.869	36.646.968
Churn	-307.497	-1.029.542	-1.852.101	-6.057.662	-12.693.423
Total Ingresos	35.666.378	89.598.963	152.663.506	347.753.163	690.243.927
Costos	-18.932.454	-44.904.043	-76.190.230	-188.203.226	-372.453.967
Margen Op	16.733.924	44.694.920	76.473.276	159.549.936	317.789.960
%Marge OP	46,9%	49,9%	50,1%	45,9%	46,0%
Gastos de MKT	-14.550.000	-25.500.000	-37.375.000	-49.786.800	-68.366.400
Gastos	-20.262.624	-22.792.138	-24.212.622	-39.071.921	-58.224.168
Total Gastos	-34.812.624	-48.292.138	-61.587.622	-88.858.721	-126.590.568
%	-116,0%	-58,2%	-42,6%	-27,2%	-19,0%
EBITDA	-18.078.700	-3.597.218	14.885.654	70.691.215	191.199.392
	-60,2%	-4,3%	10,3%	21,7%	28,7%

Dist Usados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	0	156.636.964	511.377.178	1.145.188.225	2.034.710.096
Instalaciones	0	21.654.609	40.072.748	95.931.995	110.066.694
Churn	0	-2.917.035	-7.408.404	-21.215.961	-38.123.840
Total Ingresos	0	175.374.538	544.041.521	1.219.904.260	2.106.652.950
Costos	0	-127.228.122	-304.760.920	-659.150.726	-1.118.640.346
Margen Op	0	48.146.416	239.280.602	560.753.533	988.012.604
%Marge OP	#¡DIV/0!	27,5%	44,0%	46,0%	46,9%
Gastos de MKT	0	-65.750.000	-98.500.000	-129.300.000	-166.200.000
Gastos	0	-64.577.723	-96.850.487	-136.842.953	-174.872.358
Total Gastos	0	-130.327.723	-195.350.487	-266.142.953	-341.072.358
%	#¡DIV/0!	-83,2%	-38,2%	-23,2%	-16,8%
EBITDA	0	-82.181.307	43.930.114	294.610.580	646.940.246
	#¡DIV/0!	-52,5%	8,6%	25,7%	31,8%

Retail	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	0	0	168.777.057	658.216.711	1.340.661.882
Instalaciones	0	0	16.029.099	50.268.365	62.895.254
Churn	0	0	-2.963.362	-11.117.163	-21.785.052
Total Ingresos	0	0	181.842.795	697.367.913	1.381.772.085
Costos	0	0	-121.904.368	-345.394.981	-639.223.055
Margen Op	0	0	59.938.427	351.972.932	742.549.029
%Marge OP	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	33,0%	50,5%	53,7%
Gastos de MKT	0	0	-141.400.000	-174.313.200	-230.400.000
Gastos	0	0	-38.740.195	-71.705.707	-99.927.062
Total Gastos	0	0	-180.140.195	-246.018.907	-330.327.062
%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	-106,7%	-37,4%	-24,6%
EBITDA	0	0	-120.201.768	105.954.025	412.221.968
	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	-71,2%	16,1%	30,7%

Consolidado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	364.593.900	1.227.996.930	2.631.070.103	5.465.014.468	9.653.558.119
Instalaciones	85.032.500	127.380.055	200.363.739	456.819.024	524.127.116
Churn	-4.392.819	-17.159.029	-37.042.021	-101.028.385	-181.542.097
Total Ingresos	445.233.582	1.338.217.956	2.794.391.822	5.820.805.107	9.996.143.138
Costos	-270.463.622	-748.400.717	-1.523.804.598	-3.138.812.983	-5.326.858.793
Margen Op	174.769.959	589.817.238	1.270.587.223	2.681.992.124	4.669.284.345
%Marge OP	39,3%	44,1%	45,5%	46,1%	46,7%
Gastos de MKT	-175.250.000	-349.000.000	-600.500.000	-726.000.000	-927.000.000
Gastos	-289.466.060	-379.868.959	-484.252.437	-651.633.110	-832.725.514
Total Gastos	-464.716.060	-728.868.959	-1.084.752.437	-1.377.633.110	-1.759.725.514
%	-127,5%	-59,4%	-41,2%	-25,2%	-18,2%
EBITDA	-289.946.100	-139.051.720	185.834.786	1.304.359.014	2.909.558.831
	-65,1%	-10,4%	6,7%	22,4%	29,1%

12.22. Anexo Estado de Resultado y EBITDA a 5 Años

ESTADOS DE RESULTADO	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022
CAR RECOVERY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Igresos por Ventas S/IVA	445.233.582	1.338.217.956	2.794.391.822	5.820.805.107	9.996.143.138
Costo Directo de Ventas S/IVA	-270.463.622	-748.400.717	-1.523.804.598	-3.138.812.983	-5.326.858.793
Margen bruto	174.769.959	589.817.238	1.270.587.223	2.681.992.124	4.669.284.345
Gastos Arriendo Equipo Oficina	-387.127	-422.320	-422.320	-422.320	-422.320
Gasto en Comisiones	-5.526.107	-18.239.990	-38.946.515	-80.738.902	-143.073.644
Arriendo Equipos Computacionales	-14.225.831	-20.100.792	-26.428.522	-32.681.315	-35.000.842
Gasto Artículos de Oficina	-1.650.000	-1.800.000	-1.800.000	-1.800.000	-1.800.000
Gastos Combustible & TAG	-5.500.000	-9.250.000	-14.000.000	-22.250.000	-24.000.000
Gastos EPP (Ropa seguridad)	-200.000	-2.600.000	-1.500.000	-4.300.000	-5.200.000
Gastos Fijos	-28.050.000	-30.600.000	-30.600.000	-30.600.000	-30.600.000
Gastos Instalación Pañol	-550.000	-1.150.000	-2.400.000	-3.600.000	-4.800.000
Leasin Operacional Motos	-936.996	-1.575.856	-2.385.080	-3.790.573	-4.088.708
Gasto Mantención Veh	-1.840.000	-2.530.000	-4.140.000	-6.670.000	-7.360.000
Sueldo Fijos	-184.480.000	-233.280.000	-289.304.000	-371.824.000	-461.104.000
Gastos Previsionales	-46.120.000	-58.320.000	-72.326.000	-92.956.000	-115.276.000
Gastos MKT	-175.250.000	-349.000.000	-600.500.000	-726.000.000	-927.000.000
Total Gastos	-464.716.060	-728.868.959	-1.084.752.437	-1.377.633.110	-1.759.725.514
EBITDA	-289.946.100	-139.051.720	185.834.786	1.304.359.014	2.909.558.831
% EBITDA	-65,1%	-10,4%	6,7%	22,4%	29,1%
DEPRECIACION	0	0	0	0	0
AMORTIZACION	-18.478.813	-20.158.705	-20.158.705	-20.158.705	-20.158.705
EBIT	-308.424.913	-159.210.425	165.676.081	1.284.200.309	2.889.400.126
INTERESES PRÉSTAMO	0	0	0	0	0
Utilidad antes de Impuesto	-308.424.913	-159.210.425	165.676.081	1.284.200.309	2.889.400.126
Impuesto la renta (25,5% renta atribuida)	0	0	0	-250.471.468	-736.797.032
Resultado del Ejercicio (utid despues imp)	-308.424.913	-159.210.425	165.676.081	1.033.728.841	2.152.603.094

12.23. Balance y capital de trabajo

BALANCE	2018	2019	2020	2021	2020
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
caja	253.511.914	30.635.639	0	939.378.642	3.105.808.357
existencias	40.179.870	126.983.717	261.567.749	443.904.899	753.348.074
cxc	78.477.883	196.391.585	372.991.656	800.851.428	1.226.706.715
IVA c	0	0	0	0	0
iva por recuperar	37.741.524	0	0	0	0
Activos Corrientes Totales	409.911.192	354.010.941	634.559.404	2.184.134.970	5.085.863.147
Activos NO CORRIENTES					
acciones	0	0	0	0	0
GOPM	99.113.632	109.113.632	119.113.632	129.113.632	139.113.632
Imppto renta por recuperar	0	0	0	0	0
Depreciación Acumulada	-18.478.813	-38.637.518	-58.796.222	-78.954.927	-99.113.632
Activos NO CORRIENTES Totales	80.634.819	70.476.114	60.317.410	50.158.705	40.000.000
OTROS ACTIVOS					
TOTAL ACTIVOS	490.546.011	424.487.055	694.876.814	2.234.293.675	5.125.863.147

PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
cxp	71.784.337	160.035.807	261.113.651	507.734.369	751.075.183
Remuneraciones por pagar	21.600.000	26.500.000	30.135.833	38.731.667	48.031.667
Impuestos sobre la renta a pagar	0	0	0	250.471.468	736.797.032
iva d	0	0	0	0	0
Pasivos Corrientes Totales	93.384.337	186.535.807	291.249.485	796.937.504	1.535.903.882
Patrimonio	397.161.673	237.951.248	403.627.330	1.437.356.170	3.589.959.265
capital	705.586.587	705.586.587	705.586.587	705.586.587	705.586.587
Reservas de Revalorizacion de Capital	0	0	0	0	0
Utilidades o Perdidas del Ejercicio	-308.424.913	-159.210.425	165.676.081	1.033.728.841	2.152.603.094
Utilidades o Perdidas Acumadas	0	-308.424.913	-467.635.338	-301.959.257	731.769.584
Retiro socios	0	0	0	0	0
Patrimonio Total	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS y PATRIMONIO	490.546.011	424.487.055	694.876.814	2.234.293.675	5.125.863.147

Activo Circulante (Sin Caja) - Pasivo Circulante	2018	2019	2020	2021	2022
Activo Circulante	118.657.753	323.375.302	634.559.404	1.244.756.328	1.980.054.790
Pasivo Circulante	93.384.337	186.535.807	291.249.485	546.466.036	799.106.850
Capital de Trabajo (AC-PC)	25.273.415	136.839.495	343.309.920	698.290.292	1.180.947.940

Variacion Capital de Trabajo	-25.273.415	-111.566.080	-206.470.425	-354.980.372	-482.657.648
-------------------------------------	--------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

12.24. Fuentes de Financiamiento

Fuente de Financiamiento	Financiamiento	% Dist
Monto Inversion	705.586.587	100,0%
Aporte de los socios con rrpp	80.000.000	11,3%
Inversionista	625.586.587	88,7%
Total	705.586.587	100,0%

Para financiar el déficit operacional (caja), los socios fundadores realizarán aporte de capital en efectivo, más el aporte de inversionistas.

12.25. Análisis de Sensibilidad

Calculo de VAN y TIR	Escenario Base	Escenario 1: Aumento Vtas 10%	Escenario 2: Disminución 10% en Vtas	Escenario 3: Aumento 10% en Costos vta	Escenario 3: Aumento 10% en Gastos
Inversion Inicial	99.113.632	99.113.632	99.113.632	99.113.632	99.113.632
VAN	387.176.788	1.015.583.078	- 296.209.407	- 996.578	162.125.314
TIR	41,95%	75,50%	0,91%	19,47%	28,61%
TASA DESCUENTO	19,53%	19,53%	19,53%	19,53%	19,53%
PAYBACK (meses)	3,86	3,28	4,97	4,43	4,25

12.26. Valle de la Muerte



12.27. Anexo Biografías.



Tatiana Cataldo Cortes

Ingeniero Eléctrico, ha realizado estudios de Diplomado en Estrategia Comercial y de Ventas en la Universidad del Desarrollo y para el 2017 está titulado de MBA en la Universidad de Chile.

Hoy es Product Manager de Westinghouse Lighting en BYP, y desde sus comienzos estuvo ligada a proyectos industriales, ventas y marketing como Product Manager en Schneider Electric Life Space Bussines, Product Manager en AS Qualitas (Schaffner-Arteche) S.A, Ingeniero Administrador en CVC Electricidad entre otros.

Disfruta de una de sus pasiones, la docencia, en esta área se ha desarrollado en DUOC e IPCHILE, el resto de su tiempo lo dedica a su hija y su familia, con ellos comparte tiempo en viajes, la playa y el campo.



Ariel Gómez Orellana

Ingeniero Comercial, Diplomado en Estrategia Comercial y de Ventas en la Universidad del Desarrollo, Diploma en Liderazgo de Equipos de Alto Rendimiento en la Universidad de los Andes, para el 2017 está titulado de MBA en la Universidad de Chile.

Hoy es Gerente de Ventas en GPS Chile S.p.A. y Desde sus comienzos estuvo ligado al área de ventas y marketing como Gerente Comercial en EMPRESAS ARCALAUQUEN S.A. (PAPELERA DEL SUR), Gerente de Ventas y SAC en GPS Chile S.A., Gerente de Ventas Food Retail & Facility Segment en Ecolab, Gerente Segmento Food Retail en Ecolab, Gerente Servicio al Cliente en Ecolab, Jefe de Marketing en Ecolab.

Cuando no está en su trabajo dedica el tiempo a estar con su familia, participar en actividades escolares de sus hijos, con ellos también disfruta domar las olas en su tabla de surf.

12.28. Anexo Encuestas

Muestra	484
---------	-----

Calculo de tamaño óptimo de la muestra

CÁLCULO DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE UNA MUESTRA

(Para la estimación de proporciones, bajo el supuesto de que $p=q=50\%$)

MARGEN DE ERROR MÁXIMO ADMITIDO

5,0%

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

4.200.000

Tamaño para un nivel de confianza del 95%	384
Tamaño para un nivel de confianza del 97%	471
Tamaño para un nivel de confianza del 99%	666

Datos extraídos:

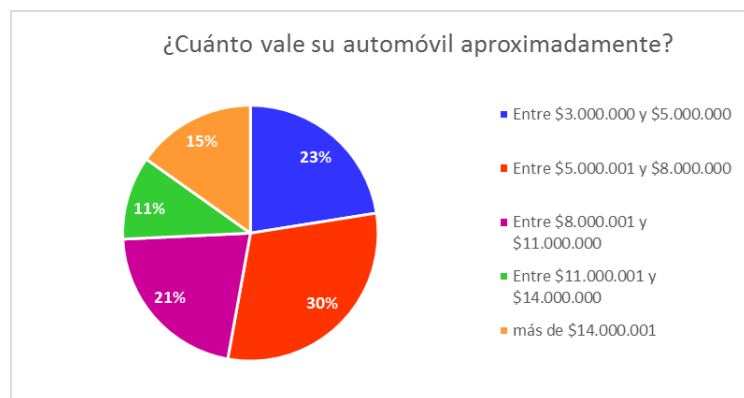
1. El cliente objetivo en la primera etapa corresponde a los dueños de automóviles particulares, taxi y taxi colectivos, que corresponde al 74% de nuestra muestra
2. El 84% de los vehículos sin seguro tiene un valor de \$3MM y los 8MM
3. Un 0% de los vehículos sin seguro tiene un costo sobre los 14MM

Respuestas validadas 1.

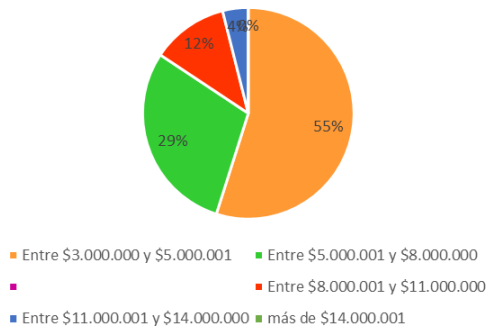
Encuesta	Cantidad	%
Tiene auto	369	100%
Tiene seguro	266	72%
Le interesa conocer el servicio	155	58%
Entre \$6.000 y \$8.000	104	67%
Entre \$8.001 y \$12.000	22	14%
Entre \$12.001 y \$15.000	17	11%
Entre \$15.001 y \$18.000	8	5%
Más de \$18.000	4	3%

Encuesta	Cantidad	%
Tiene auto	369	100%
NO Tiene seguro	103	28%
Le interesa conocer el servicio	53	51%
Entre \$6.000 y \$8.000	32	60%
Entre \$8.001 y \$12.000	5	9%
Entre \$12.001 y \$15.000	14	26%
Entre \$15.001 y \$18.000	2	4%
Más de \$18.000	0	0%

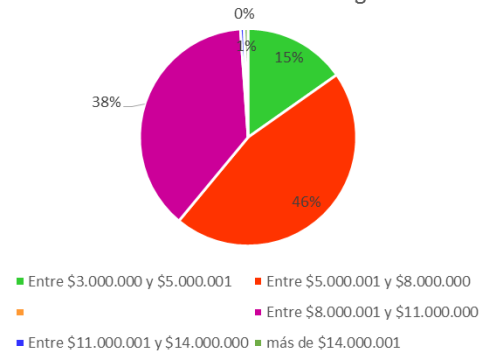
Respuestas validadas 2.



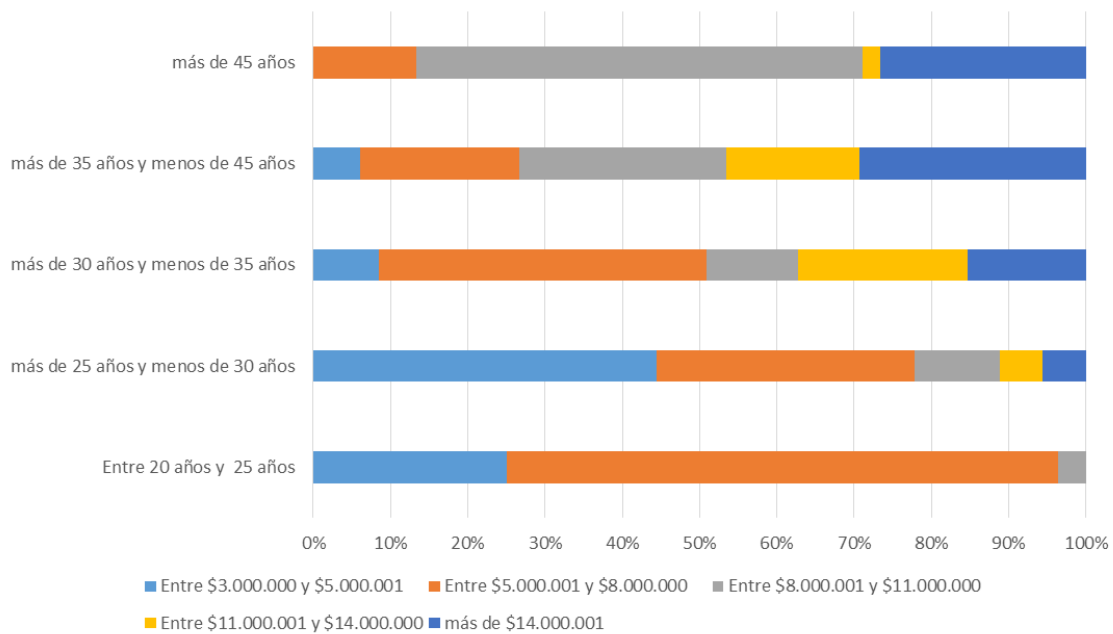
Valor del Vehículo Sin Seguro

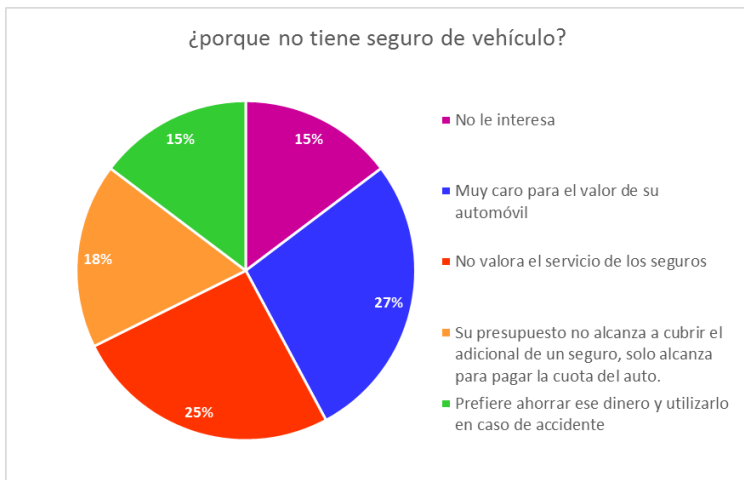
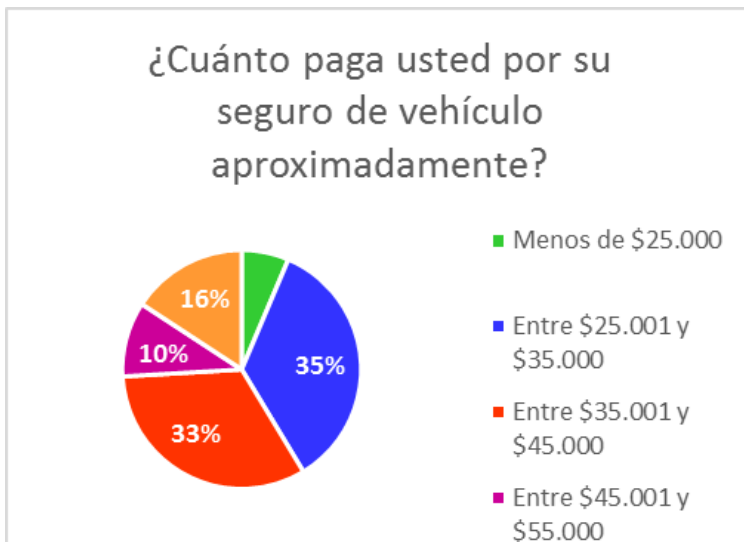
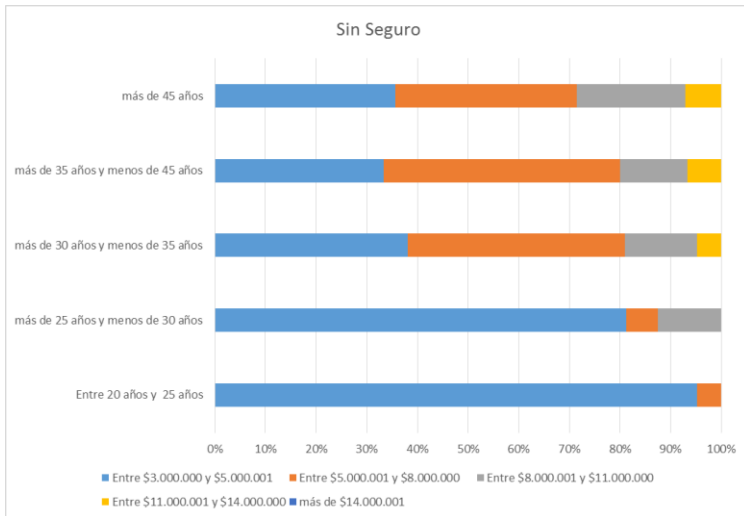


Valor del Vehículo Con Seguro

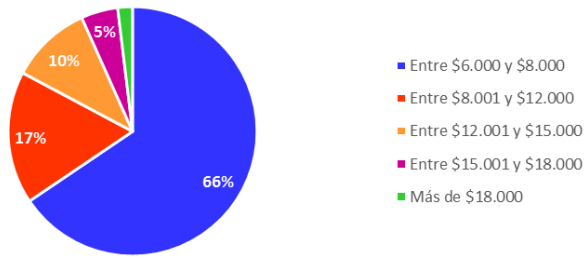


Con Seguro

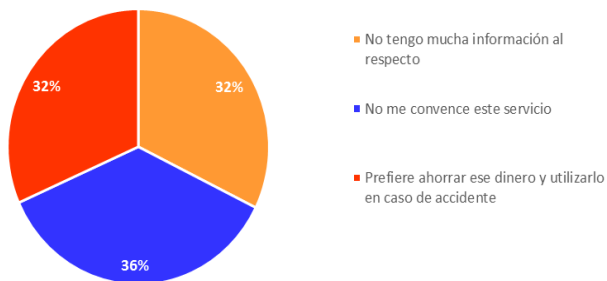




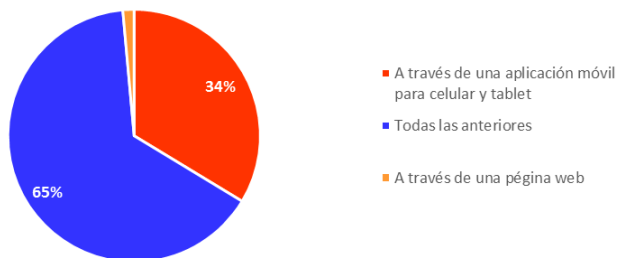
¿Cuanto estaría dispuesto a pagar mensualmente por este servicio (Car Recovery)?

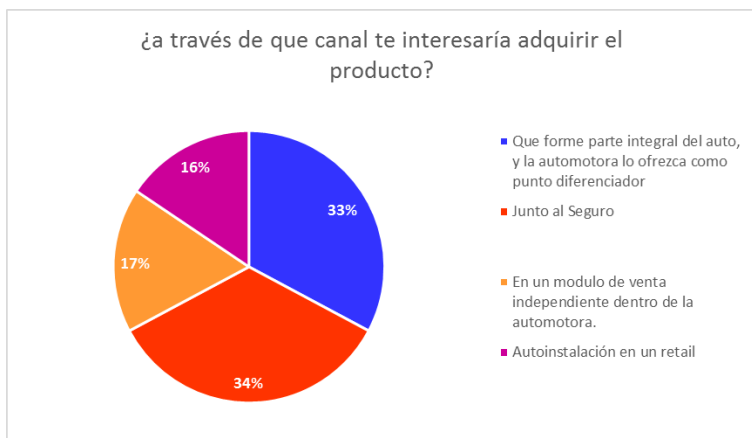


¿Por qué NO le interesa el Servicio Car Recovery?



¿Como le gustaría monitorear, visualizar y dar aviso de robo de su vehículo?





12.29. Anexo Valor que está dispuesto a pagar según mercado potencial

Merkado Potencial Dponible (PAM)	4.329.646	Chile				
Merkado Total Objetivo (TAM)	1.777.455	Santiago				
Merkado Disponible (SAM)	533.237	Con seguro	Valor que esta dispuesto a pagar	Merkado Disponible (SAM)	1.244.219	Sin Seguro
Merkado útil y disponible (SOQ)	357.784	Interesados	Entre \$6.000 y \$8.000	Merkado útil y disponible (SOQ)	751.226	Interesados
Merkado útil y disponible (SOQ)	75.685	Interesados	Entre \$8.001 y \$12.000	Merkado útil y disponible (SOQ)	117.379	Interesados
Merkado útil y disponible (SOQ)	58.484	Interesados	Entre \$12.001 y \$15.000	Merkado útil y disponible (SOQ)	328.661	Interesados
Merkado útil y disponible (SOQ)	27.522	Interesados	Entre \$15.001 y \$18.000	Merkado útil y disponible (SOQ)	46.952	Interesados
Merkado útil y disponible (SOQ)	13.761	Interesados	Más de \$18.000	Merkado útil y disponible (SOQ)	-	Interesados