

**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**

**Departamento de Ingeniería Comercial**

**"Plan de Negocios para Car Flipping como Proyecto de  
Inversión en el Mercado de Vehículos Usados"**

**Álvaro Ignacio Chuecas Gutiérrez**

**INGENIERIA COMERCIAL**

**Noviembre 2025**



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIDENCIALIDAD DE MONOGRAFÍA A REPOSITORIO ACADÉMICO

### 1.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO ACADÉMICO

Tipo de monografía (marcar una opción):  Memoria o trabajo de título;  Tesis de Postgrado;

Título del trabajo: "Plan de negocios para car flipping como proyecto de inversión en el mercado de vehículos usados"

Nombre del candidato(a): Álvaro Ignacio Chuecas Gutiérrez

Carrera / Grado: Ingeniería Comercial

Campus: Santiago Vitacura; Departamento: Ingeniería Comercial

### 2.- VALIDACIÓN DEL PROFESOR GUÍA/DIRECTOR DE TESIS

Yo, Lionel Valenzuela Oyaneider, en mi calidad de profesor(a) guía/director(a) del trabajo académico mencionado anteriormente **DEJO CONSTANCIA** que:

- He revisado esta versión del documento y corresponde a la versión final aprobada del trabajo.
- El trabajo cumple con los requisitos académicos y de formato establecidos por la institución

### 3.- EVALUACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD POR PROPIEDAD INDUSTRIAL

El trabajo **NO contiene información que amerite confidencialidad** y puede ser publicado de inmediato en repositorio con acceso abierto.

El trabajo **CONTIENE** información con potenciales implicancias de propiedad industrial o intelectual y requiere un periodo de confidencialidad (embargo) por:

6 meses;  12 meses;  2 años;  3 años;  5 años;  10 años

Fundamentación de la necesidad de confidencialidad (obligatorio si se solicita embargo):

### 4.- FIRMAS

Profesor(a) guía o director(a) de memoria o tesis:

Fecha: 06-11-2025

; Firma:

Estudiante o Candidato(a):

Fecha: 06-11-2025

; Firma:

*Este formulario debe ser insertado como página 2 de la memoria o tesis, completado y firmado por estudiante y profesor(a) antes de la entrega en portal PRISMA de Biblioteca USM.*

**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**

**Departamento de Ingeniería Comercial**

**" Plan de Negocios para Car Flipping como Proyecto de  
Inversión en el Mercado de Vehículos Usados "**

Tesis presentada por

**Álvaro Ignacio Chuescas Gutiérrez**

Como requisito para optar al Título de

**INGENIERO COMERCIAL**

Director de Tesis: **Dr. Lionel Valenzuela Oyaneder**

Noviembre 2025

TITULO DE TESIS:

**" Plan de Negocios para Car Flipping como Proyecto de Inversión en el Mercado de Vehículos Usados "**

AUTOR:

**Álvaro Ignacio Chuecas Gutiérrez**

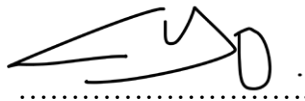
**TRABAJO DE TESIS**, presentando en cumplimiento parcial de los requisitos para el Título de Ingeniero Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María.

Observaciones:

---

---

Dr. Lionel Valenzuela



Dr. Felipe Hernandez

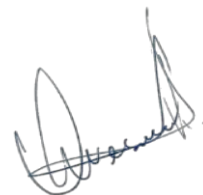


**Santiago, Noviembre 2025**

Todo el contenido, análisis, conclusiones  
y opiniones vertidas en este estudio son  
de mi exclusiva responsabilidad.

Nombre: Álvaro Ignacio Chuecas Gutiérrez

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Álvaro Chuecas', written over a horizontal line.

Fecha: 30-11-2025

## **Agradecimientos**

Al culminar esta etapa tan significativa de mi formación académica, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que me acompañaron y apoyaron durante el desarrollo de esta tesis y a lo largo de mi carrera de Ingeniería Comercial.

En primer lugar, agradezco profundamente al profesor Lionel Valenzuela, mi profesor guía, por su constante disposición, orientación experta y valiosos comentarios durante todo el proceso de investigación. Su compromiso, paciencia y rigurosidad académica fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo. Gracias por motivarme a ir más allá y por confiar en mis capacidades.

A mis profesores y profesoras de la carrera, quienes con sus enseñanzas y exigencia académica me entregaron las herramientas necesarias para enfrentar este desafío con responsabilidad y criterio profesional.

A mi familia, por su amor incondicional, apoyo constante y por ser mi principal fuente de inspiración. Gracias por estar siempre presentes, incluso en los momentos más difíciles, y por creer en mí cuando más lo necesitaba.

A mis amigos y compañeros de carrera, por compartir este camino, por las conversaciones, los consejos, y por hacer de esta etapa una experiencia enriquecedora y memorable.

Finalmente, agradezco a todas las personas e instituciones que, de una u otra forma, colaboraron con la realización de esta tesis. Cada aporte fue valioso y significativo.

A todos, muchas gracias.

## Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios tiene por objetivo evaluar la viabilidad económica y financiera del modelo car flipping en Chile, entendido como la compra, reacondicionamiento y reventa de vehículos usados en un corto plazo para obtener rentabilidad. Este modelo ha emergido con fuerza en el contexto de un mercado automotor en transformación, marcado por una creciente preferencia por los vehículos de segunda mano, la digitalización de los canales de venta y un entorno económico que favorece soluciones de movilidad más asequibles.

La investigación se desarrolla bajo un enfoque aplicado, utilizando herramientas propias de la Ingeniería Comercial y la evaluación de proyectos de inversión. Se definió un modelo de negocio tipo, centrado en la Región Metropolitana, orientado al segmento de vehículos Hatchback y Sedán de gama media, con antigüedad entre 5 y 10 años, y un rango de precio de compra inferior a \$8.000.000 CLP.

La metodología incluyó un análisis FODA, la construcción de un modelo Canvas, la proyección de flujo de caja a 5 años, y la aplicación de indicadores como Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Período de Recuperación de la Inversión (PRI). Los resultados fueron consistentes y positivos: un VAN de \$67.064.967 CLP, una TIR de 86,5% y un PRI de 1,79 años, lo que respalda la viabilidad del negocio.

El análisis de sensibilidad reveló que las variables más críticas son el precio de venta, los costos de reacondicionamiento y el volumen de unidades vendidas. Aun en escenarios adversos, el modelo mostró resiliencia, aunque su sostenibilidad depende de una adecuada gestión operativa, financiera y comercial.

Se concluye que el car flipping puede ser formalizado como un emprendimiento rentable en Chile, con potencial de escalabilidad si se estructura adecuadamente. Este estudio aporta una herramienta concreta para emprendedores y constituye una base técnica para la discusión de políticas públicas que busquen incentivar la formalización del mercado de vehículos usados.

# Índice

<b>2. ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO.....</b>	<b>13</b>
2.1 ORIGEN DEL ESTUDIO.....	13
2.2 <i>Propósito del Estudio</i> .....	14
<b>3. OBJETIVOS .....</b>	<b>16</b>
3.1 OBJETIVOS GENERAL.....	16
3.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	1C
<b>4. ALCANCE DEL ESTUDIO .....</b>	<b>18</b>
4.1. DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA .....	18
4.2. DELIMITACIÓN DEL SEGMENTO DE MERCADO.....	1G
4.3. DELIMITACIÓN FINANCIERA Y TEMPORAL .....	20
4.4. DELIMITACIÓN ANALÍTICA Y METODOLÓGICA .....	20
<b>5. ESTADO DEL ARTE.....</b>	<b>22</b>
5.1. ANTECEDENTES: EL MERCADO DE VEHÍCULOS USADOS EN CHILE .....	22
5.1.1. EL MODELO DE NEGOCIO “CAR FLIPPING”: DEFINICIÓN Y PROCESO .....	22
5.2 MARCO TEÓRICO.....	26
5.2.1. FUNDAMENTOS ECONÓMICOS: ASIMETRÍA DE INFORMACIÓN Y ARBITRAJE .....	27
5.2.2. HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	2G
<b>6. PROPUESTA DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO .....</b>	<b>32</b>
6.2. FASES DE LA EJECUCIÓN METODOLÓGICA .....	34
<b>7. APLICACIÓN METODOLÓGICA.....</b>	<b>36</b>
<b>8. RESULTADOS.....</b>	<b>47</b>

9. CONCLUSIÓN .....	52
10. RECOMENDACIONES APLICADAS .....	54
11. REFERENCIAS .....	57
12. ANEXOS.....	60
13. ACRÓNIMOS .....	65

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Ilustración 1 Comparativa de venta de vehículos Nuevos vs Usados en Chile (2020-2024).....	24
Ilustración 2 Punto de equilibrio - Car Flipping.....	44
Ilustración 3 Analisis de Sensibilidad (VAN).....	49

## Introducción

El mercado automotor chileno atraviesa una etapa de transformación estructural, impulsada por cambios en las condiciones macroeconómicas y en las preferencias de los consumidores. Tradicionalmente, la adquisición de vehículos nuevos ha representado un hito de movilidad y estatus; sin embargo, factores como la depreciación del peso chileno, el alza sostenida del IPC y las restricciones crediticias han llevado a un reposicionamiento del mercado de vehículos usados como una alternativa cada vez más atractiva y accesible (Vergara, 2025; Banco Central de Chile, 2024).

En este nuevo escenario, surge una oportunidad de negocio en torno a la compraventa estratégica de automóviles usados, conocida internacionalmente como *car flipping*. Este modelo consiste en adquirir vehículos con potencial de valorización, someterlos a mejoras estéticas o mecánicas, y revenderlos en un corto plazo para capturar una ganancia por diferencial de precio. Si bien esta práctica ha sido históricamente informal, actualmente muestra signos de consolidación y profesionalización, siendo adoptada por emprendedores que buscan diversificar sus fuentes de ingreso y aprovechar ineficiencias del mercado (Kotler & Keller, 2021).

No obstante, pese a su creciente visibilidad, el *car flipping* aún carece de estudios sistemáticos que lo analicen como un modelo de negocio viable bajo criterios formales de evaluación de proyectos. La ausencia de herramientas analíticas rigurosas como el análisis del punto de equilibrio, retorno sobre la inversión (ROI) o indicadores como el VAN y TIR limita la capacidad de los actores interesados para tomar decisiones informadas.

La presente tesis se propone desarrollar un plan de negocios estructurado que evalúe la viabilidad del *car flipping* como emprendimiento formal en Chile. Se abordará esta problemática

desde un enfoque integral, incorporando tanto análisis cuantitativo como cualitativo, con el fin de construir una propuesta sustentable, replicable y adaptada a la realidad del mercado local. Asimismo, se busca contribuir con evidencia empírica al estudio de modelos emergentes en el rubro automotor, fortaleciendo el vínculo entre la teoría y la práctica en el ámbito de la ingeniería comercial.

## 1. Origen y Propósito del Estudio

### 1.1 Origen del Estudio

El origen de esta propuesta de plan de negocios se fundamenta en la observación empírica de las transformaciones estructurales en el mercado automotor chileno, particularmente en el segmento de vehículos usados, y en el aprovechamiento creciente de plataformas digitales como canales de comercialización. Este fenómeno se alinea con los principios de identificación de oportunidades de negocio, donde el entorno cambiante del consumidor y los avances tecnológicos generan espacios de innovación comercial (Hisrich, Peters & Shepherd, 2020).

Según cifras recientes de la Asociación Nacional Automotriz de Chile [ANAC] (2025), en 2024 se concretaron más de un millón de transferencias de vehículos usados en el país, lo que equivale a una relación de 3,3 vehículos usados vendidos por cada unidad nueva registrada. Esta proporción refleja un cambio sostenido en las preferencias del consumidor, favoreciendo la opción de segunda mano por sobre el mercado primario (Gerlach, 2025).

El auge del comercio electrónico ha sido un catalizador clave en esta dinámica. Plataformas como Chileautos, Yapo.cl y el Marketplace de Facebook han facilitado el acceso al mercado tanto para compradores como vendedores, disminuyendo barreras de entrada y democratizando la intermediación. Esta accesibilidad ha permitido que actividades como el car flipping, anteriormente propias de un nicho informal, se masifiquen como una práctica con potencial emprendedor.

Desde esta intersección un mercado altamente dinámico y una infraestructura digital consolidada surge la motivación para formalizar y evaluar esta práctica bajo criterios técnicos de planificación estratégica y análisis financiero. Se busca así transitar desde la intuición hacia un

enfoque profesionalizado y replicable, alineado con las herramientas de gestión comercial y financiera propias de la Ingeniería Comercial.

## 1.2 Propósito del Estudio

El propósito de esta investigación es desarrollar un plan de negocios integral para la implementación formal del modelo car flipping en el mercado automotor chileno, evaluando su viabilidad desde una perspectiva estratégica, comercial, operativa y financiera. Esta propuesta busca transformar una práctica predominantemente informal en un emprendimiento estructurado, replicable y escalable, utilizando herramientas propias de la Ingeniería Comercial para validar su sustentabilidad a largo plazo.

Para ello, se elaborará un plan de negocios que integre:

- **Segmentación del mercado objetivo**, identificando perfiles de consumidores, preferencias de compra y comportamiento frente a vehículos usados reacondicionados.
- **Análisis FODA** para reconocer oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades del entorno emprendedor del car flipping en Chile.
- **Propuesta de valor clara**, que diferencie este modelo de negocio frente al mercado informal y a concesionarios tradicionales.
- **Diseño del modelo operativo**, incluyendo logística de adquisición, reacondicionamiento, control de calidad y comercialización, junto con la definición de alianzas estratégicas (mecánicos, talleres, gestorías).

- **Estrategia comercial**, abordando canales de venta digital, posicionamiento de marca, marketing en plataformas online y atención postventa.
- **Estructura de costos y estimación de ingresos**, con base en escenarios de sensibilidad y márgenes esperados.
- **Evaluación económica-financiera** mediante indicadores clave como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación (PRI), Punto de Equilibrio y análisis de sensibilidad.
- **Indicadores clave de desempeño (KPI)** como rotación de inventario, costo promedio por unidad, margen bruto por operación, tasa de conversión en ventas y ratio de reinversión.

Adicionalmente, se abordarán los principales **riesgos críticos**, como la volatilidad de precios de adquisición y reparación, la informalidad del entorno competitivo, y las implicancias regulatorias y tributarias. El propósito último es entregar una herramienta práctica y validada para emprendedores, inversionistas o actores del ecosistema automotor que deseen formalizar este modelo de negocio, así como contribuir al debate público sobre la necesidad de regulación y fomento de este tipo de iniciativas en el país.

## 2. Objetivos

### 2.1 Objetivos General

Desarrollar un plan de negocios integral para la formalización y evaluación del modelo car flipping en el mercado automotor chileno, que permita determinar su viabilidad económica, financiera, comercial y operativa, mediante herramientas analíticas propias de la Ingeniería Comercial.

### 2.2 Objetivos Específicos

- **Caracterizar el entorno del mercado de vehículos usados en Chile**, identificando las oportunidades y amenazas relevantes para el modelo de negocio car flipping, a través de un análisis FODA y revisión del comportamiento del consumidor.
- **Diseñar una propuesta de valor competitiva y diferenciada**, considerando aspectos como la calidad del reacondicionamiento, la experiencia de compra, la confianza en la transacción y el uso de plataformas digitales.
- **Modelar la estructura operativa del negocio**, definiendo procesos clave para la adquisición, reparación, gestión logística, comercialización y servicio postventa de vehículos reacondicionados.
- **Estimar los costos, ingresos y márgenes del negocio**, elaborando una proyección financiera a 5 años que incluya análisis de flujos de caja, punto de equilibrio, VAN, TIR y PRI bajo distintos escenarios.

- **Identificar los principales riesgos del modelo de negocio**, tales como variaciones en los precios de insumos, fallas mecánicas imprevistas, competencia informal o cambios regulatorios, y proponer estrategias de mitigación.

- **Establecer indicadores clave de desempeño (KPI)** que permitan monitorear la gestión del negocio, tales como margen bruto por unidad, rotación de inventario, tasa de conversión de ventas y rentabilidad neta esperada.

### 3. Alcance del Estudio

Este capítulo define los límites estratégicos, operativos, financieros y analíticos dentro de los cuales se desarrollará el plan de negocios para el modelo car flipping. Su propósito es asegurar la viabilidad del estudio y la aplicabilidad de sus resultados, acotando las variables clave para el diseño y evaluación del emprendimiento.

#### 4.1. Delimitación Geográfica

El estudio se concentrará exclusivamente en la Región Metropolitana de Chile. La elección de esta región se fundamenta en tres criterios estratégicos:

**Concentración del Mercado:** La Región Metropolitana alberga la mayor proporción de la población y del parque automotriz del país, representando el mercado más grande y dinámico para vehículos usados (Instituto Nacional de Estadísticas [INE], 2018).

**Liquidez y Datos:** Su tamaño garantiza una mayor liquidez de los activos (vehículos) y una disponibilidad de datos de precios y transacciones más robusta, lo cual es esencial para la construcción de un modelo financiero realista.

**Logística del Modelo:** El modelo de negocio del “car flipping” a pequeña escala es intensivo en logística (inspección, traslado, reparación de vehículos), por lo que acotarlo a un área geográfica definida es fundamental para la viabilidad del proyecto tipo que se evaluará.

#### 4.2. Delimitación del Segmento de Mercado

Para evitar la distorsión que generarían vehículos de nicho, de lujo o comerciales, el análisis se enfocará en un segmento específico del mercado que cumple con las siguientes características:

**Tipo de Vehículo:** Se considerarán exclusivamente vehículos de pasajeros de las categorías **Hatchback** y **Sedán**. Estos segmentos presentan una alta demanda, mayor rotación y costos de mantenimiento y reparación generalmente más predecibles.

**Marcas:** El estudio se centrará en marcas generalistas de alta penetración y reconocido valor de reventa en el mercado chileno. Como referencia, se considerarán modelos de marcas como **Chevrolet, Hyundai, Kia, Suzuki y Nissan**.

**Antigüedad:** El rango de antigüedad de los vehículos a evaluar será de **5 a 10 años** (considerando modelos fabricados entre 2015 y 2020). Este rango representa un "punto óptimo" que equilibra una depreciación inicial ya absorbida y un riesgo de fallas mecánicas mayores aún moderado.

**Rango de Precio:** Se establecerá un precio de compra objetivo **inferior a los \$8.000.000 CLP**. Este umbral permite enfocar el estudio en el segmento masivo del mercado y se alinea con el capital de trabajo que se definirá más adelante.

#### 4.3. Delimitación Financiera y Temporal

**Capital Inicial:** El proyecto de inversión se modelará sobre la base de un capital inicial de **\$15.000.000 CLP**, que se asume como capital propio (equity), sin considerar fuentes de financiamiento externo. Este monto representa una cifra realista para un "pequeño inversionista" o emprendedor.

**Horizonte de Evaluación:** La evaluación del proyecto se realizará sobre un horizonte temporal de **5 años**, un estándar común para la evaluación de proyectos de esta naturaleza.

**Período de Datos:** Los costos, precios y demás variables utilizadas para la construcción del modelo financiero se basarán en la información disponible y representativa del período **2024-2025**, para asegurar la actualidad y pertinencia de los resultados.

#### 4.4. Delimitación Analítica y Metodológica

El estudio prioriza la dimensión **económico-financiera** del modelo de negocio, aplicando herramientas de evaluación y proyección como:

Construcción de **flujo de caja proyectado**.

Cálculo de **VAN, TIR y Período de Recuperación de la Inversión (PRI)**.

**Análisis de sensibilidad** sobre variables críticas: precios de compra y venta, costos de reparación, volumen de rotación.

**Exclusiones del alcance:**

No se profundizará en la estructuración legal del negocio (EIRL, SpA).

No se desarrollará un análisis tributario exhaustivo.

No se evaluará la expansión a otras regiones ni la escalabilidad futura del modelo más allá del piloto definido.

#### Tabla Resumen del Alcance del Estudio

Para una mayor claridad, la siguiente tabla resume los límites establecidos para la memoria:

<b>Criterio</b>	<b>Alcance Definido</b>
Geográfico	Región Metropolitana de Chile.
Tipo de Vehículo	Hatchback y Sedán.
Marcas de Referencia	Chevrolet, Hyundai, Kia, Suzuki, Nissan.
Antigüedad	Modelos fabricados entre 2015 y 2020.
Precio de Compra	Inferior a \$8.000.000 CLP.
Capital Inicial	\$15.000.000 CLP (Capital Proprio).
Horizonte Temporal	5 años.
Foco Analítico	Evaluación Financiera (VAN, TIR, PRI) y Análisis de Sensibilidad.
Principales Exclusiones	Estructuración legal-societaria, análisis tributario profundo.

## 4. Estado del Arte

### 5.1. Antecedentes: El Mercado de Vehículos Usados en Chile

Para evaluar la viabilidad del “car flipping”, es imperativo comprender primero el ecosistema en el que opera. El mercado de vehículos usados en Chile no es un actor secundario, sino el protagonista del sector automotor nacional. Esta sección analiza su dimensión, los factores que lo impulsan y las características que definen su dinámica actual.

#### 5.1.1. El Modelo de Negocio “Car Flipping”: Definición y Proceso

El “car flipping” puede definirse como un modelo de negocio de corto plazo, que consiste en la adquisición de activos en este caso, vehículos usados que se perciben como subvalorados, para luego agregarles valor y revenderlos en un mercado más amplio con el fin de obtener una plusvalía. A diferencia de un concesionario tradicional, este modelo opera con un bajo nivel de inventario, una alta rotación y una estructura de costos flexible.

El proceso del “car flipping” puede descomponerse en una cadena de valor de tres etapas fundamentales:

**Prospección y Adquisición:** Es la fase crítica donde se origina la ganancia potencial. El “flipper” actúa como un cazador de oportunidades, buscando vehículos cuyo precio de venta sea inferior a su valor de mercado potencial. Esto puede deberse a que el vendedor tiene una necesidad urgente de liquidez, carece de información sobre el precio correcto, o el vehículo presenta defectos estéticos o mecánicos menores que ahuyentan al comprador promedio.

**Puesta en Valor:** Una vez adquirido, el vehículo es sometido a un proceso de reacondicionamiento. Este puede variar en complejidad y costo, desde una limpieza profunda y detallado estético

profesional (detailing), que aumenta significativamente el valor percibido a un bajo costo, hasta reparaciones mecánicas menores (cambio de filtros, aceite, neumáticos, etc.). La clave del éxito en esta etapa es un control de costos riguroso, invirtiendo únicamente en mejoras que ofrezcan un alto retorno sobre la inversión.

Comercialización y Venta: Utilizando principalmente los canales digitales descritos en la sección anterior, el vehículo se pone a la venta a un precio de mercado competitivo. Una presentación atractiva (buenas fotografías, descripción detallada) es crucial para atraer compradores y defender el precio de venta, culminando el ciclo y materializando la ganancia.

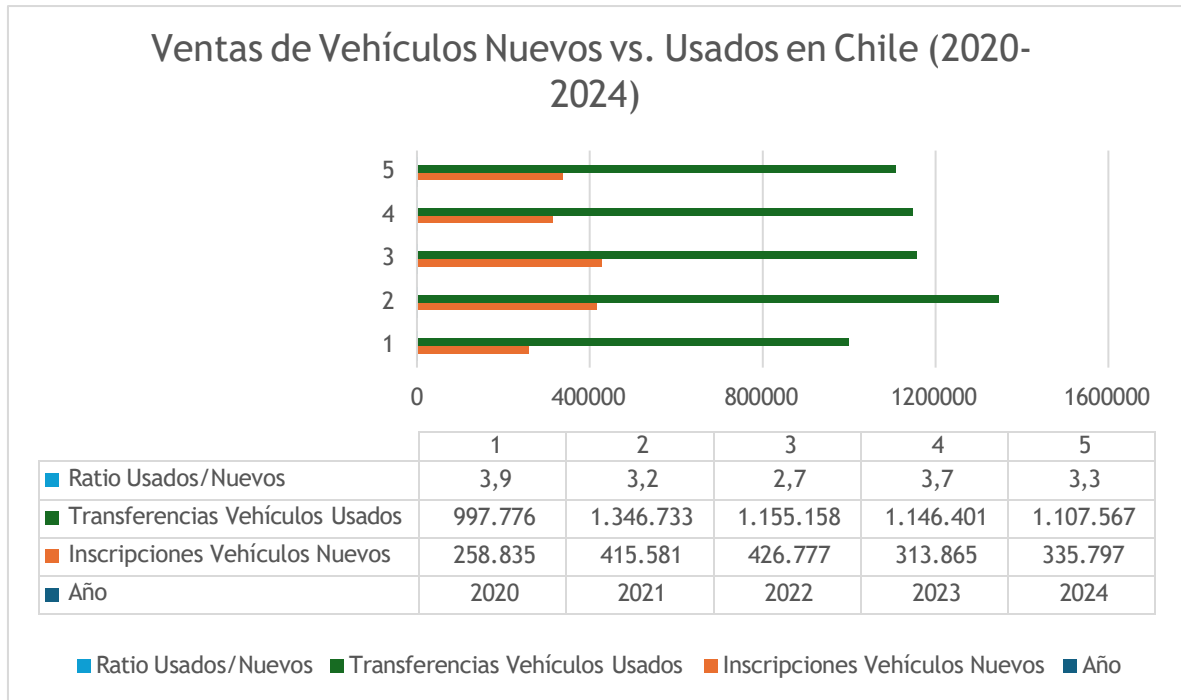
#### 5.1.2. Dimensión y Estructura del Mercado

El mercado de vehículos de segunda mano en Chile posee una escala y una profundidad que superan con creces al de los vehículos nuevos. Durante el año 2024, se registraron 1.107.567 transferencias de vehículos usados, una cifra que, si bien representa una leve contracción respecto al año anterior, demuestra la enorme magnitud y la resiliencia del sector (ANAC, 2025).

El indicador más elocuente de su relevancia es la relación entre las ventas de vehículos usados y nuevos. En 2024, por cada vehículo nuevo inscrito en el país, se vendieron 3,3 vehículos usados (Gerlach, 2025). Esta proporción subraya una clara y consolidada preferencia del consumidor chileno, convirtiendo al mercado de segunda mano en el principal campo de juego para la movilidad privada.

Para visualizar esta dinámica a lo largo del tiempo, el siguiente gráfico compara las inscripciones de vehículos nuevos con las transferencias de vehículos usados en los últimos cinco años.

Gráfico 1: Ilustración 1 Comparativa de venta de vehículos Nuevos vs Usados en Chile (2020-2024)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ANAC (2025) y reportes de prensa del sector.

Como se observa, a pesar de las fluctuaciones en el mercado de vehículos nuevos, el volumen de transacciones de usados se mantiene consistentemente por encima del millón de unidades anuales, demostrando ser un mercado estable y maduro.

### 5.1.3. Factores Impulsores de la Demanda

Diversos factores socioeconómicos convergen para sostener la robusta demanda de vehículos usados:

**Factor Económico y Depreciación:** El principal impulsor es el costo. El precio de los vehículos nuevos, a menudo dolarizado, sumado a la depreciación acelerada que sufren durante sus primeros años, posiciona al auto usado como una opción financieramente más racional para

una gran parte de la población. Un consumidor puede acceder a un vehículo de gama superior o mejor equipado por el mismo valor que un modelo nuevo de entrada. (Autofact, s.f.)

**Acceso y Variedad:** El mercado de segunda mano ofrece un inventario vasto y diverso, con modelos de distintos años, marcas y versiones que ya no están disponibles en los concesionarios, permitiendo a los compradores encontrar un vehículo que se ajuste precisamente a sus necesidades y presupuesto. (HDI Seguros, s.f.)

**Percepción del Consumidor:** La decisión de compra se ve influenciada por la reputación de las marcas y modelos en el largo plazo. Los consumidores buscan vehículos con un historial de fiabilidad conocido, bajos costos de mantenimiento y una buena disponibilidad de repuestos. Marcas como Toyota, Suzuki, Hyundai y Kia suelen liderar los rankings de preferencia por estas características (Vergara, 2025).

#### 5.1.4. Canales de Comercialización y el Rol de la Digitalización

La forma en que se compran y venden los autos usados ha sido transformada por la tecnología. Si bien persisten los canales tradicionales como las automotoras y concesionarios establecidos, el crecimiento exponencial se ha dado en las plataformas digitales C2C (Consumidor a Consumidor).

Portales como Chileautos.cl, Yapo.cl y, de manera muy significativa, Facebook Marketplace, se han convertido en los principales escaparates del sector. Estas plataformas han democratizado el proceso, otorgando una visibilidad sin precedentes tanto a vendedores como a compradores. Para el modelo de “car flipping”, estos canales son vitales, ya que permiten:

- **Prospección de mercado:** Identificar rápidamente vehículos con potencial de compra a bajo precio.

- **Venta directa:** Publicar el vehículo reacondicionado y alcanzar a miles de potenciales compradores sin intermediarios, maximizando el margen de ganancia.
- **Agilidad:** Reducir drásticamente los tiempos de transacción en comparación con los métodos tradicionales.

#### 5.1.5. Perfil del Vehículo Usado más Transado

En línea con el alcance definido en el capítulo anterior, los datos de mercado confirman que el núcleo del volumen de transacciones se concentra en vehículos que comparten un perfil específico. El ranking de los autos usados más vendidos en Chile suele estar dominado por modelos de tipo Hatchback y Sedán de marcas generalistas, destacando consistentemente modelos como el Suzuki Swift, Kia Rio, Toyota Yaris y Chevrolet Spark/Sail (Vergara, 2025).

Este perfil es el preferido por su eficiencia en el consumo de combustible, costos de seguro y mantención más bajos, y su adaptabilidad a la conducción urbana, características altamente valoradas por el consumidor promedio en la Región Metropolitana. Esta evidencia de mercado valida la decisión de acotar el presente estudio a dicho segmento, ya que representa el área de mayor liquidez y oportunidad para un proyecto de “car flipping”.

## 5.2 Marco Teórico

Tras describir el mercado, es fundamental establecer el marco conceptual que guiará el análisis financiero. Esta sección define el modelo de negocio del “car flipping”, explora los principios económicos que lo hacen posible y presenta las herramientas financieras que se utilizarán para su evaluación dentro del plan de negocios. En otras palabras, el marco teórico no solo contextualiza el fenómeno, sino que también justifica la oportunidad de inversión sobre la cual se construyen las proyecciones financieras, los indicadores de rentabilidad y las estrategias operativas planteadas en este proyecto.

### 5.2.1. Fundamentos Económicos: Asimetría de Información y Arbitraje

El mercado de vehículos usados es el ejemplo clásico utilizado por el premio Nobel George Akerlof para explicar el concepto de asimetría de información en su influyente trabajo "The Market for 'Lemons'" (Akerlof, 1970). En este mercado, el vendedor posee, por lo general, mucha más información sobre la calidad real y el historial del vehículo que el comprador. Esta incertidumbre hace que los compradores sean reacios a pagar un precio alto, lo que puede deprimir el mercado.

El “flipper” exitoso se posiciona como un intermediario experto que explota y, a la vez, reduce esta asimetría de información:

La explota: Al comprar, utiliza su conocimiento para identificar "joyas ocultas" (vehículos en buen estado, pero mal presentados o vendidos por alguien desinformado) y evitar los "limones" (vehículos con problemas graves encubiertos).

La reduce: al vender, la puesta en valor (limpieza, reparaciones, papeles al día) actúa como una señal de calidad (Spence, 1973). Un vehículo bien presentado transmite confianza y justifica un precio superior, ya que reduce la percepción de riesgo del comprador.

Desde una perspectiva económica, el car flipping puede entenderse como una forma de arbitraje, en la que se capitaliza la diferencia de valor de un mismo activo en dos submercados: el de la venta apurada o desinformada (compra) y el minorista digital más eficiente (venta). Esta lógica explica el origen del margen bruto, que constituye la base de la rentabilidad del modelo.

En el marco de este estudio, estos fundamentos económicos se convierten en el eje estructural del plan de negocios. La teoría de asimetría de información y arbitraje no solo explica la dinámica del mercado, sino que también define los pilares del modelo empresarial:

Modelo de negocio: el car flipping se formaliza como una propuesta que agrega valor al mercado automotor al reducir incertidumbre para los compradores, transformando una práctica informal en una oportunidad estructurada.

Propuesta de valor: la reducción del riesgo percibido se convierte en la base de diferenciación frente al mercado informal, lo que permite justificar precios de venta más altos.

Proyecciones financieras: los márgenes generados por este arbitraje se modelan en los estados financieros proyectados, reflejados en indicadores de rentabilidad como VAN, TIR y PRI.

Justificación de viabilidad: al basarse en teorías económicas reconocidas (Akerlof, 1970; Spence, 1973; Shleifer & Vishny, 1997), el plan de negocios adquiere rigor académico, lo que respalda su validez como propuesta formal, replicable y evaluable.

De este modo, el plan de negocios se constituye como la aplicación práctica de la teoría económica, donde la asimetría de información y el arbitraje se traducen en una estructura comercial y financiera que sustenta la viabilidad del emprendimiento en el mercado automotor de la Región Metropolitana.

### 5.2.2. Herramientas de Evaluación Financiera del plan de negocios

El desarrollo del presente plan de negocios se sustenta en una combinación de herramientas teóricas y técnicas propias de la Ingeniería Comercial, que permiten abordar la viabilidad del modelo car flipping desde una perspectiva integral: estratégica, operativa, comercial y financiera.

A continuación, se describen las principales herramientas que estructuran el marco teórico de la investigación:

#### **1. Análisis FODA**

Permite identificar y categorizar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del entorno competitivo en el cual se desarrollará el emprendimiento. Esta herramienta se utiliza para construir una estrategia empresarial alineada con el contexto interno y externo del mercado automotor chileno.

#### **2. Modelo Canvas de Negocio**

Marco visual que facilita la conceptualización estructurada del modelo de negocio a través de nueve bloques clave: propuesta de valor, segmentos de clientes, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingreso, recursos clave, actividades clave, alianzas clave y estructura de costos.

Este modelo permite traducir ideas estratégicas en acciones operativas concretas y evaluar su coherencia interna.

### **3. Proyección de flujo de caja descontado**

Método financiero que permite estimar el valor del proyecto en el tiempo mediante el cálculo de los flujos de caja esperados y su actualización al valor presente, ajustados por una tasa de descuento que refleja el costo de oportunidad del capital.

### **4. Indicadores financieros de evaluación de proyectos**

Se utilizarán tres indicadores clave:

**Valor Actual Neto (VAN):** Determina la creación de valor del proyecto.

**Tasa Interna de Retorno (TIR):** Mide la rentabilidad relativa del negocio.

**Período de Recuperación de la Inversión (PRI):** Cuantifica el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial.

Estas métricas permiten evaluar objetivamente la viabilidad del plan en distintos escenarios.

### **5. Análisis de sensibilidad**

Permite identificar el impacto que tendría la variación de ciertas variables críticas (por ejemplo, precio de venta, costos de reparación, volumen de rotación) sobre los resultados financieros del plan. Esto permite anticipar escenarios de riesgo y establecer márgenes de tolerancia.

## **6. Indicadores clave de desempeño (KPI)**

Para el monitoreo del negocio, se consideran los siguientes KPI:

Margen bruto por unidad vendida.

Rotación de inventario.

Costo promedio por vehículo reacondicionado.

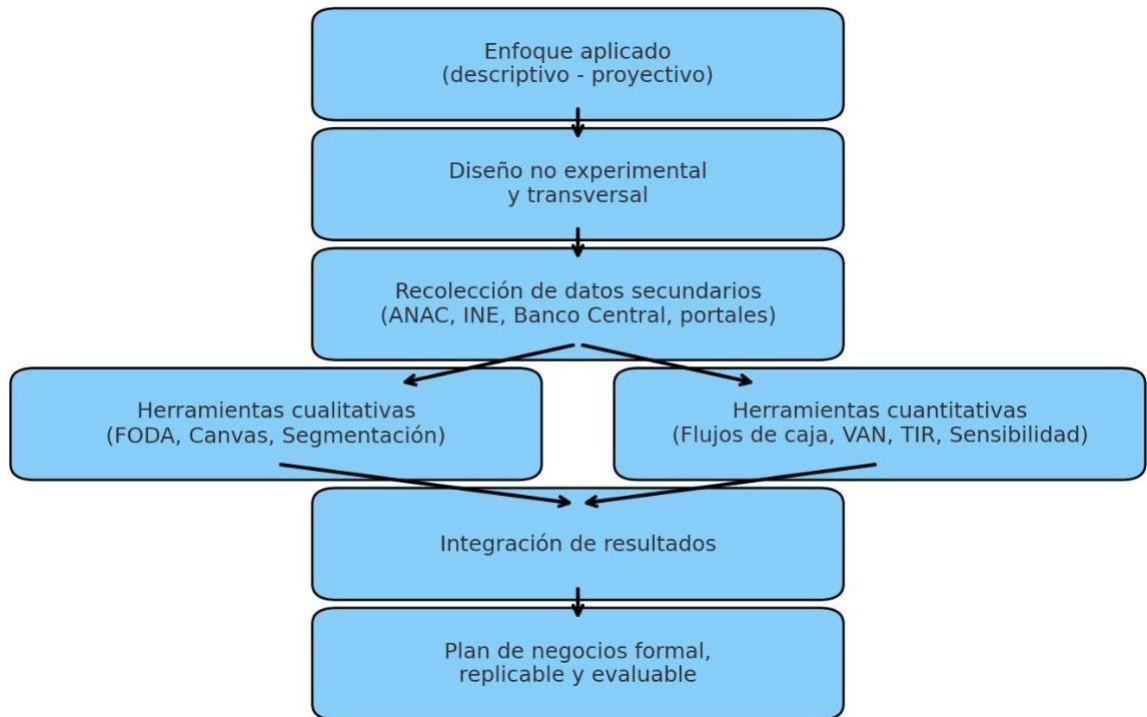
Tasa de conversión en ventas.

Estos indicadores permiten medir la eficiencia operativa y comercial, facilitando la toma de decisiones durante la ejecución del plan.

## **6. Propuesta de la Metodología de Trabajo**

La metodología propuesta para el desarrollo del presente plan de negocios se sustenta en un enfoque aplicado, propio de la investigación proyectiva, cuyo propósito es generar una solución concreta y útil para el mercado automotor de vehículos usados reacondicionados. Este planteamiento se respalda en la literatura metodológica, que señala que la investigación aplicada busca resolver problemas prácticos a partir de marcos teóricos y herramientas analíticas (Hernández, Fernández & Baptista, 2014; Sampieri, Collado & Lucio, 2014). Asimismo, se integran lineamientos de gestión estratégica y marketing que destacan la necesidad de diagnosticar el entorno y diseñar propuestas de valor competitivas (Kotler & Keller, 2016). En cuanto a la formulación del modelo de negocio, se incorpora el enfoque de Osterwalder y Pigneur (2010), quienes proponen el Business Model Canvas como herramienta integral para definir clientes, canales, propuesta de valor y estructura de ingresos. Finalmente, la lógica de trabajo se articula con los aportes de Blank y Dorf (2012), que conciben el plan de negocios como un instrumento práctico y replicable para evaluar la viabilidad económica y estratégica de un emprendimiento.

## 6.1. Fases de la metodología del plan de negocios



Elaboración propia a partir de Hernández, Fernández y Baptista (2014), Sampieri et al. (2014), Kotler y Keller (2016), Osterwalder y Pigneur (2010), Sapag y Sapag (2008), Ross et al. (2019), Gallo (2014), Blank y Dorf (2012), y Barrow et al. (2021).

## 6.2. Fases de la Ejecución Metodológica

La metodología se estructura en **cinco fases consecutivas**, alineadas con el desarrollo lógico de un plan de negocios. Estas fases han sido organizadas según el enfoque de Barrow, Barrow y Brown (2021), quienes proponen una secuencia metodológica que combina diagnóstico, diseño, modelamiento, evaluación y validación.

### **Fase 1: Diagnóstico del entorno**

Análisis del mercado de vehículos usados en Chile (oferta, demanda, precios, actores).

Revisión de fuentes secundarias (informes ANAC, INE, plataformas digitales).

Elaboración de un **análisis FODA** para identificar las condiciones internas y externas que afectan al modelo car flipping.

### **Fase 2: Diseño del modelo de negocio**

Construcción del **Business Model Canvas** (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Definición de la propuesta de valor, segmento objetivo, canales de distribución, estructura de costos y fuentes de ingreso.

### **Fase 3: Proyección financiera**

Desarrollo de un **flujo de caja proyectado a 5 años**.

Aplicación de los indicadores **VAN, TIR y PRI**, bajo distintos escenarios (optimista, base, pesimista).

Estimación del **punto de equilibrio**.

#### **Fase 4: Análisis de sensibilidad y riesgos**

Identificación de variables críticas (precio de compra, costos de reparación, rotación).

Análisis de sensibilidad para estimar el impacto de su variación sobre la rentabilidad.

Construcción de una **matriz de riesgos** (probabilidad-impacto) y propuesta de mitigación.

#### **Fase 5: Validación y conclusiones estratégicas**

Evaluación de coherencia interna del plan y contraste con prácticas reales del sector.

Conclusiones sobre viabilidad, potencial de formalización y sostenibilidad del negocio.

## 7. Aplicación Metodológica

En esta sección se presenta la aplicación concreta de la metodología diseñada en el capítulo anterior, con el fin de dar forma al plan de negocios para el modelo car flipping en la Región Metropolitana de Chile. Cada una de las fases metodológicas es desarrollada paso a paso, desde la caracterización del mercado hasta la evaluación financiera, permitiendo materializar la propuesta en un modelo estructurado, evaluable y fundamentado en datos reales y proyecciones consistentes.

### 7.1. Diagnóstico del entorno y análisis estratégico

#### 7.1.1 Recolección de datos secundarios

Se recopilaron datos cuantitativos y cualitativos desde fuentes oficiales y plataformas de uso masivo en el mercado automotor chileno, incluyendo:

**Informes estadísticos** de la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC), el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y el Banco Central de Chile, correspondientes al periodo 2023–2025.

**Precios de mercado** obtenidos de plataformas digitales como Chileautos.cl, Yapo.cl y Facebook Marketplace, segmentados por marca, modelo, año de fabricación y kilometraje.

**Estudios y artículos** sobre comportamiento del consumidor postpandemia, tendencias de movilidad, percepción del riesgo y adopción de plataformas digitales.

La integración de estas fuentes permitió construir una base empírica sólida para la caracterización del entorno competitivo y la estimación de variables clave.

### 7.1.2 Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
Baja inversión inicial relativa	Alta dependencia del proveedor del vehículo y del taller
Alta rotación de ciertos modelos	Riesgo técnico por fallas ocultas
Oportunidades	Amenazas
Digitalización de canales de venta	Competencia informal
Cambios en hábitos de consumo	Inestabilidad normativa y tributaria

Cada elemento del análisis FODA se fundamenta en la evidencia empírica del mercado automotor chileno y en teorías de negocios. Las fortalezas se derivan del bajo capital inicial y la alta liquidez de modelos de alta rotación (ANAC, 2025; Vergara, 2025). Las debilidades se explican por la dependencia de proveedores externos y el riesgo inherente de asimetría de información (Akerlof, 1970). Las oportunidades se sustentan en la creciente digitalización de canales de venta y en la preferencia de los consumidores por vehículos usados (Banco Central de Chile, 2024). Finalmente, las amenazas responden a la persistencia de competencia informal y a la incertidumbre regulatoria (Hisrich et al., 2020).

## 7.2 Diseño del modelo de negocio

### 7.2.1 Modelo Canvas

Para estructurar el modelo de negocio del car flipping en la Región Metropolitana de Chile, se utilizó el enfoque propuesto por Osterwalder y Pigneur (2010) a través del Business Model Canvas, que permite representar visualmente los componentes fundamentales de una propuesta comercial viable.

El modelo fue adaptado a las características específicas del mercado automotor secundario, considerando tanto las oportunidades identificadas en el análisis FODA como las restricciones operativas propias de un emprendimiento de pequeña escala.

#### **a) Propuesta de valor**

El negocio ofrece vehículos usados reacondicionados, listos para circular, con una presentación estética y mecánica óptima, respaldada por una garantía limitada. La propuesta busca diferenciarse tanto del mercado informal como de concesionarios tradicionales, agregando valor a través de:

- Confianza y transparencia en la compraventa.
- Certificación visual y técnica del estado del vehículo.
- Experiencia de compra personalizada y digitalizada.

#### **b) Segmento de clientes**

El público objetivo son **adultos entre 25 y 45 años**, pertenecientes a segmentos socioeconómicos medios (NSE C2 y C3), que buscan opciones de movilidad económica y confiable. Este segmento se caracteriza por:

- Sensibilidad al precio.
- Uso intensivo de plataformas digitales.
- Preferencia por vehículos compactos y eficientes.
- Escasa disposición a interactuar con el mercado informal.

### c) Canales

Los canales de adquisición y venta se centran en plataformas digitales que facilitan la intermediación sin necesidad de infraestructura física:

- **Chileautos.cl**
- **Yapo.cl**
- **Facebook Marketplace**
- Contacto directo vía WhatsApp, correo electrónico y redes sociales.

Estos canales permiten realizar la **prospección, publicación y venta** de vehículos en un entorno accesible y masivo.

### d) Relación con clientes

Se establecerán relaciones **personalizadas y digitales**, con foco en la **confianza, rapidez de respuesta** y experiencia fluida en el proceso de compra:

- Asesoría virtual pre-venta.
- Envío de información técnica detallada.
- Atención postventa limitada (7 días para reclamos mecánicos no detectados).
- Comunicación ágil vía mensajería instantánea.

### e) Fuentes de ingreso

El modelo genera ingresos a partir del **margen por unidad vendida**, calculado como la diferencia entre:

### **Precio de venta – (costo de compra + costo de reacondicionamiento)**

No se contemplan servicios adicionales por el momento, aunque existe potencial para ingresos complementarios en fases posteriores (financiamiento, seguros, gestoría).

#### **f) Recursos clave**

- **Capital de trabajo:** para la adquisición y reacondicionamiento de vehículos.
- **Red de proveedores confiables:** talleres mecánicos, servicio de detallado, gestorías.
- **Conocimiento técnico:** para identificar oportunidades de compra, evaluar mecánicamente y maximizar el valor de reventa.
- **Herramientas digitales:** conexión a plataformas, gestión de publicaciones, fotografía.

#### **g) Actividades clave**

- Prospección de oportunidades de compra.
- Diagnóstico y reacondicionamiento de vehículos.
- Publicación digital optimizada.
- Negociación y venta.
- Seguimiento postventa básico.

#### **h) Alianzas clave**

- **Talleres mecánicos y de estética automotriz:** para reacondicionamiento rápido y económico.
- **Servicios de gestoría:** para facilitar transferencia de dominio y trámites legales.

- **Proveedores de diagnóstico:** para escaneos electrónicos y revisión pre-compra.

**i) Estructura de costos**

- **Costos variables por unidad:** compra del vehículo, reacondicionamiento, comisión de venta, gastos de publicación.
- **Costos fijos mensuales:** transporte, publicidad digital, asesoría contable, herramientas.
- **Costos indirectos:** tiempo invertido, riesgo de inmovilización de capital, imprevistos mecánicos.

<p><b>SOCIOS CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Talleres mecánicos y de estética automotriz</li> <li>• Servicios de gestoría</li> <li>• Proveedores de diagnóstico precompra</li> </ul>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prospección de oportunidades de compra</li> <li>• Reacondicionamiento de vehículos</li> <li>• Publicación optimizada de unidades</li> <li>• Comercialización y venta</li> </ul>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Vehículos usados reacondicionados y listos para circular</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificación visual y técnica del estado del vehículo</li> <li>• Garantía limitada</li> </ul>	<p><b>SEGMENTOS DE CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adultos de 25 a 45 años</li> <li>• NSE C2 y C3</li> <li>• Movilidad económica y confiable</li> <li>• Intensivos en plataformas C2C</li> <li>• Escasa interacción con el mercado informal</li> </ul>
<p><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital de trabajo</li> <li>• Red de proveedores confiables</li> <li>• Conocimiento técnico</li> <li>• Herramientas digitales</li> </ul>		<p><b>CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chileautos.cl</li> <li>• Yapo.cl</li> <li>• Facebook Marketolace</li> <li>• WhatsApp y redes sociales</li> </ul>	
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos variables (adquisición, reacondicionamiento, comisión de venta)</li> <li>• Costos fijos (publicidad, transporte, contabilidad)</li> <li>• Costos indirectos (inmovilización de capital, imprevistos mecánicos)</li> </ul>		<p><b>FUENTE DE INGRESOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Margen por unidad vendida (venta – costo de compra – costo de reacondicionamiento)</li> </ul>	

### 7.3. Proyección financiera

Esta sección presenta la modelación financiera del plan de negocios car flipping, estructurada sobre supuestos realistas derivados del diagnóstico de mercado. El análisis incorpora un horizonte temporal de cinco años, estimaciones de ingresos y egresos, y la aplicación de indicadores clave de evaluación de proyectos: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Período de Recuperación de la Inversión (PRI).

#### 7.3.1 Supuestos del modelo

Los siguientes supuestos se definieron a partir de los datos recopilados y las cotizaciones obtenidas en plataformas digitales y proveedores reales:

Variable	Valor estimado
Precio promedio de compra	\$6.500.000 CLP
Costo de reacondicionamiento	\$400.000 CLP por unidad
Precio promedio de venta	\$7.800.000 CLP
Capital inicial	\$15.000.000 CLP (sin financiamiento externo)
Gastos fijos mensuales	\$1.500.000 CLP
Horizonte de evaluación	5 años

La proyección contempla un aumento progresivo en la cantidad de vehículos transados, pasando de 24 unidades el primer año a 72 en el quinto año, en función del crecimiento del capital rotante y la eficiencia operativa.

### 7.3.2 Flujo de caja y resultados

Item	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
unidades vendidas		0	24	36	48	60
Inversión inicial	-15.000.000					
<b>Ingresos</b>	<b>7.800.000</b>	<b>187.200.000</b>	<b>280.800.000</b>	<b>374.400.000</b>	<b>468.000.000</b>	<b>561.600.000</b>
Egresos	-6.900.000	-165.600.000	-248.400.000	-331.200.000	-414.000.000	-496.800.000
Gastos fijos		-18.000.000	-18.000.000	-18.000.000	-18.000.000	-18.000.000
<b>Costos Totales</b>		<b>-183.600.000</b>	<b>-266.400.000</b>	<b>-346.200.000</b>	<b>-432.000.000</b>	<b>-514.800.000</b>
<b>flujo de caja Neto</b>	<b>-15.000.000</b>	<b>3.600.000</b>	<b>14.400.000</b>	<b>25.200.000</b>	<b>36.000.000</b>	<b>46.800.000</b>
Tasa de descuento		12%	12%	12%	12%	12%
FcDescontado	-15.000.000	3.214.286	11.479.592	17.936.862	22.878.651	26.555.577
Flujo de caja acumulado	-15.000.000	-11.400.000	3.000.000	28.200.000	64.200.000	111.000.000
Fc Acumulado descontado	-15.000.000	-11.785.714	-306.122	17.630.740	40.509.391	67.064.967

Se desarrolló un flujo de caja a 5 años. A partir de ello se calculan los siguientes indicadores:

Los indicadores financieros fundamentales fueron aplicados siguiendo los lineamientos de Ross, Westerfield y Jordan (2019):

Indicador	Valor
VAN	67.064.967
TIR	86,5%
PRI	1,79

Estos resultados muestran una alta rentabilidad del modelo incluso con gastos fijos significativos. El punto de equilibrio mensual es de 2 unidades vendidas.

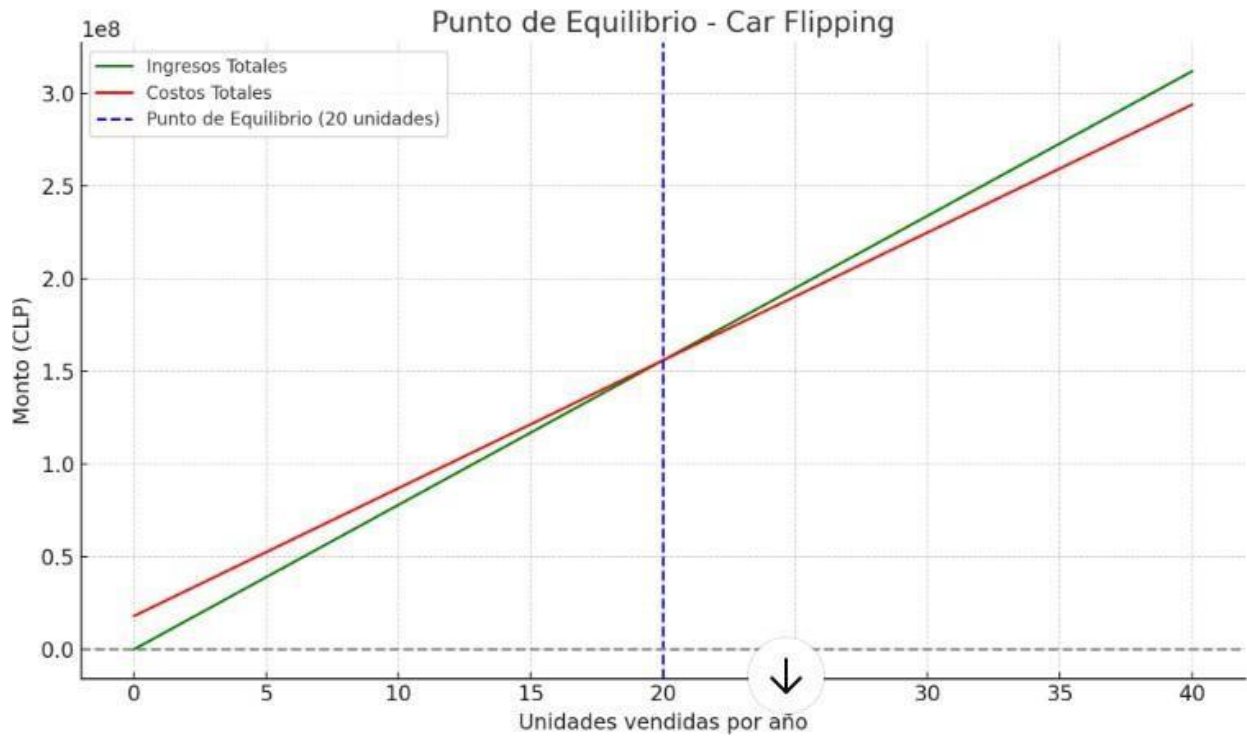


Ilustración 2 Punto de equilibrio - Car Flipping

#### 7.4. Análisis de sensibilidad y riesgos

Siguiendo la propuesta metodológica de Gallo (2014), se aplicó un análisis de sensibilidad que permite estimar cómo se afecta la rentabilidad del proyecto ante variaciones en variables críticas. Las simulaciones se realizaron variando una variable a la vez, manteniendo constantes las demás:

Escenario Evaluado	TIR (%)	VAN (CLP)
Precio de venta -10%	No definida	-\$60.262.513
Costo de reacondicionamiento +20%	73,28 %	\$54.002.662
Unidades vendidas -20%	54,59 %	\$36.377.434
Precio de venta +5%	148,73 %	\$130.743.708

##### **Precio de venta –10%:**

- El VAN se vuelve **fuertemente negativo**, lo que **invalida completamente** el proyecto.
- La TIR no existe, señal clara de que no se recupera la inversión bajo este escenario.

##### **Costo de reacondicionamiento +20%:**

- Aunque baja la rentabilidad, el proyecto **sigue siendo viable**, con una TIR sobre el 70%.

##### **Unidades –20%:**

- Disminuye fuertemente el VAN, pero **aún es rentable**. Es un escenario conservador aceptable.

**Precio de venta +5%:**

- Incrementos leves en el precio de venta generan un **gran efecto multiplicador** en la rentabilidad.
- **VAN casi se duplica** con solo un 5% de aumento → alta sensibilidad.

El modelo de car flipping es altamente sensible al precio de venta y volumen de unidades. El proyecto puede tolerar incrementos de costos o caídas moderadas en volumen, pero no es viable con caídas de precio significativas. Esto refuerza la importancia de una estrategia comercial agresiva y una excelente gestión de márgenes.

Asimismo, se elaboró una matriz de riesgos basada en el enfoque de probabilidad-impacto (Barrow et al., 2021):

Riesgo identificado	Probabilidad	Impacto	Medida preventiva
Falla mecánica no detectada	Media	Alta	Revisión técnica certificada
Aumento súbito en costos de insumos	Media	Media	Acuerdos con proveedores
Cambios regulatorios tributarios	Baja	Alta	Asesoría contable permanente
Disminución de demanda estacional	Media	Media	Diversificación de canales de venta

La aplicación metodológica confirma la viabilidad económica del plan de negocios car flipping bajo condiciones realistas, destacando su potencial como emprendimiento formal con base en herramientas de ingeniería comercial.

## **8. Resultados**

Este capítulo presenta los principales resultados obtenidos tras la aplicación metodológica del plan de negocios orientado al modelo car flipping en la Región Metropolitana de Chile. Los resultados reflejan tanto la viabilidad económica del proyecto como su coherencia operativa, financiera y estratégica, considerando datos reales del mercado, herramientas de evaluación financiera y criterios de gestión del riesgo.

### **1. Viabilidad financiera del negocio**

Los resultados del flujo de caja proyectado para cinco años muestran un crecimiento sostenido en ingresos y utilidades netas. A partir de una inversión inicial de \$15.000.000 CLP, el negocio genera flujos netos acumulados positivos desde el segundo año, con un VAN estimado de \$67.064.967 CLP y una TIR del 86,5%, cifras que reflejan una rentabilidad muy por encima de los umbrales tradicionales de aceptación para proyectos de este tipo.

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) se sitúa en 1,79 años, lo que indica que el capital inicial se recupera rápidamente, permitiendo reinversión y escalabilidad a partir del segundo año de operaciones. El punto de equilibrio mensual es de sólo 2 unidades vendidas, lo cual es coherente con las proyecciones conservadoras del primer año.

### **2. Evaluación operativa y comercial**

El diseño del modelo de negocio a través del Business Model Canvas permitió establecer con claridad los elementos claves de operación: propuesta de valor, canales digitales de venta, estructura de costos, procesos logísticos y alianzas necesarias. Este diseño responde a un mercado

en transformación donde los consumidores valoran la rapidez, la confianza digital y la calidad del reacondicionamiento.

Las unidades proyectadas por año (de 24 a 72) están alineadas con una capacidad operativa realista para un emprendedor individual o equipo pequeño, sin necesidad de apalancamiento externo ni infraestructura compleja. El margen bruto por unidad (aproximadamente \$900.000 CLP) permite absorber los gastos fijos estimados y generar excedentes con una gestión eficiente.

### **3. Resiliencia del modelo y análisis de sensibilidad**

El análisis de sensibilidad reveló que el negocio presenta una alta dependencia del precio de venta y del volumen de unidades transadas. Una disminución del 10% en el precio de venta invalida completamente el proyecto, arrojando un VAN fuertemente negativo (-\$60.292.513 CLP) y una TIR no definida, lo que evidencia su inviabilidad financiera bajo ese escenario. En contraste, aumentos del 20% en los costos de reacondicionamiento o una caída del 20% en las unidades vendidas reducen significativamente el VAN, pero el proyecto sigue siendo rentable, con TIR superiores al 50%. Por otro lado, un incremento del 5% en el precio de venta duplica la rentabilidad esperada, alcanzando un VAN de \$130.743.708 CLP y una TIR de 148,7%.

Estos resultados confirman que el modelo puede considerarse resiliente solo si se mantiene una gestión estricta sobre los márgenes de ganancia, especialmente en precios de reventa y eficiencia operativa.

## Gráfico de Sensibilidad (Tornado) basado en Análisis Financiero

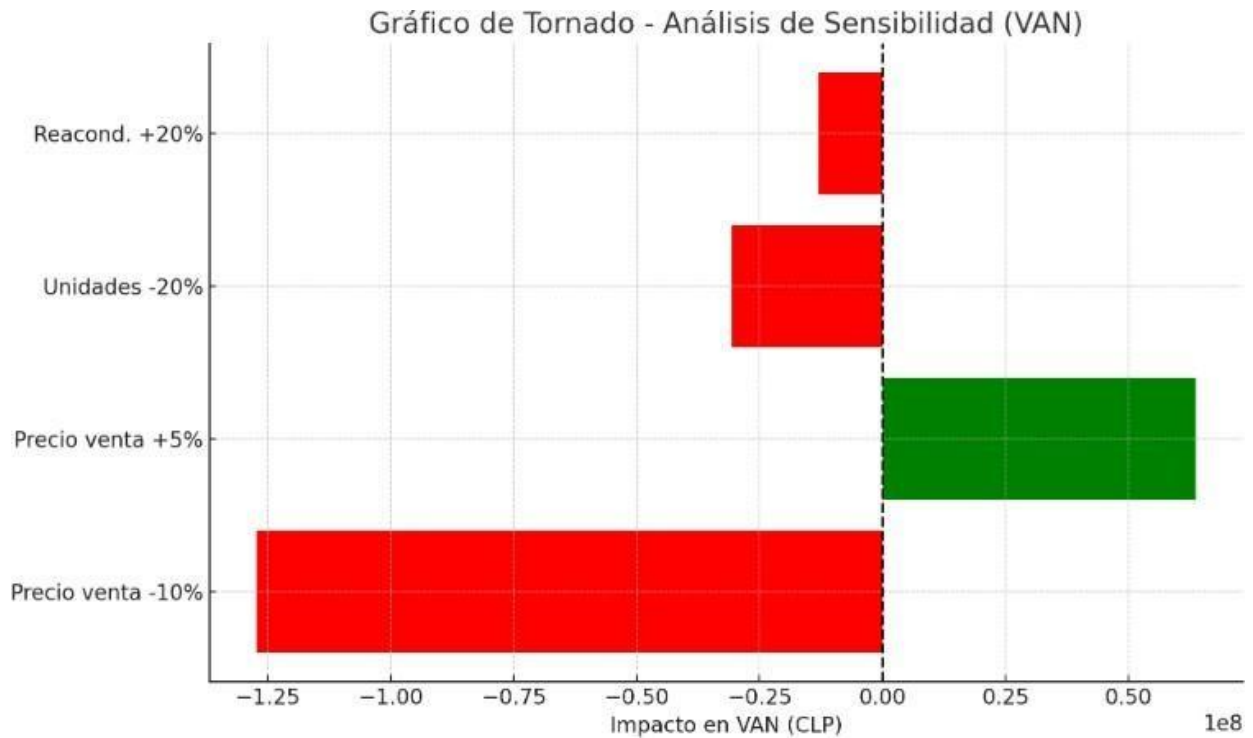


Ilustración 3 Análisis de Sensibilidad (VAN)

El **precio de venta -10%** tiene el mayor impacto negativo → el proyecto se vuelve inviable.

El **precio de venta +5%** tiene el mayor impacto positivo → duplica el VAN.

Cambios en unidades vendidas o costos de reacondicionamiento también afectan significativamente, pero no al nivel del precio.

#### 4. Identificación y gestión de riesgos

La matriz de riesgos identificó cuatro amenazas principales: fallas técnicas, aumento de costos, cambios regulatorios y estacionalidad de la demanda. Todas ellas pueden ser mitigadas mediante prácticas preventivas como revisiones técnicas certificadas, acuerdos con proveedores, asesoría contable y diversificación de canales. La incorporación de estas medidas refuerza la sostenibilidad del modelo a largo plazo.

##### KPI Financieros

Indicador	Definición	Fórmula / Método de Cálculo	Meta Inicial Sugerida
<b>Margen Bruto por Unidad</b>	Ganancia por cada vehículo vendido antes de gastos fijos.	Precio de venta - (costo compra + reacondicionamiento)	≥ \$900.000 CLP
<b>Rentabilidad sobre la inversión (ROI)</b>	Retorno sobre el capital inicial invertido.	(Utilidad Neta / Inversión Inicial) x 100	≥ 35% anual
<b>Flujo de Caja Operativo Neto</b>	Dinero generado por las operaciones luego de cubrir costos y gastos.	Ingresos totales - (Costos variables + Gastos fijos)	Flujo positivo mensual desde el mes 6
<b>Punto de Equilibrio</b>	Unidades mínimas a vender mensualmente para no tener pérdidas.	Gastos fijos / Margen por unidad	2 vehículos/mes
<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	Valor presente de los flujos futuros netos.	VAN a 5 años con tasa de descuento del 10%	> \$70.000.000 CLP
<b>Tasa Interna de Retorno (TIR)</b>	Tasa a la que los flujos futuros igualan la inversión inicial.	Cálculo financiero estándar	> 50%

## KPI Operacionales

Indicador	Definición	Método de Cálculo	Meta Sugerida
<b>Tiempo promedio de rotación</b>	Días desde la compra hasta la venta del vehículo.	Fecha venta - fecha compra	< 45 días
<b>Tasa de devolución o falla</b>	Proporción de vehículos que presentan problemas tras la venta.	Nº devoluciones / Total vehículos vendidos	< 5%
<b>Costo promedio de reacondicionamiento</b>	Promedio de inversión mecánica y estética por unidad reacondicionada.	Total gastos reparación / Nº vehículos tratados	≤ \$400.000 CLP
<b>Disponibilidad de inventario</b>	Cantidad de vehículos disponibles para venta en relación a la meta mensual.	Nº vehículos en stock / Meta mensual	100%

## KPI comerciales/ventas

Indicador	Definición	Método de Cálculo	Meta Sugerida
<b>Tasa de conversión de leads</b>	Porcentaje de consultas que terminan en venta.	Nº ventas / Nº consultas	≥ 15%
<b>Ticket promedio de venta</b>	Monto promedio por cada venta realizada.	Total ingresos / Nº vehículos vendidos	\$7.800.000 CLP
<b>Nivel de satisfacción del cliente</b>	Evaluación postventa (si se incluye).	Encuestas o puntuación (1 a 5)	≥ 4,5
<b>Alcance y tráfico digital</b>	Visitas mensuales a publicaciones de vehículos.	Métricas de Marketplace / redes sociales	≥ 2.000 visitas por vehículo publicado

## 9. Conclusión

La presente investigación demuestra que el modelo de negocios basado en car flipping es viable económica y financieramente en el contexto chileno, siempre que se operen bajo parámetros definidos y se gestionen cuidadosamente los riesgos asociados. A partir de la modelación financiera realizada, se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$67.064.967 CLP, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 86,5 % y un Período de Recuperación de la Inversión (PRI) de 1,79 años, indicadores que evidencian una alta rentabilidad del proyecto en condiciones normales de mercado.

El análisis de sensibilidad reveló que el modelo presenta una alta dependencia del precio de venta y del volumen de unidades transadas. En particular, una disminución del 10 % en el precio de venta invalida completamente el proyecto, arrojando un VAN negativo superior a -\$60 millones y una TIR no definida. En cambio, un aumento del 5 % en el precio de venta más que duplica el VAN, alcanzando los \$130 millones. Variaciones en los costos de reacondicionamiento o en el número de unidades vendidas también impactan la rentabilidad, pero el proyecto sigue siendo viable en dichos escenarios. Estos resultados subrayan la necesidad de mantener un estricto control de precios, márgenes y eficiencia operativa para asegurar la sostenibilidad del modelo.

Además, el enfoque metodológico estructurado que incluyó diagnóstico de entorno, construcción de un modelo Canvas, modelación financiera y análisis de riesgos permitió validar el modelo no solo como una inversión individual atractiva, sino también como una actividad susceptible de ser formalizada y eventualmente escalada. El plan de negocios presentado ofrece

un marco técnico replicable para emprendedores interesados en incursionar en este segmento del mercado automotor.

Finalmente, el estudio llena un vacío importante en la literatura nacional respecto al car flipping, aportando evidencia cuantitativa que puede orientar tanto decisiones individuales como futuras políticas públicas que busquen incentivar la formalización de este tipo de actividades.

## **10. Recomendaciones Aplicadas**

Las recomendaciones se agrupan en tres áreas estratégicas que nuestro análisis demostró ser críticas: la gestión del margen, el control de costos y la administración del riesgo.

### **10.1. Recomendaciones para la Gestión Estratégica del Margen**

El análisis de sensibilidad demostró que el margen bruto es la variable más crítica del modelo. Proteger y maximizar este margen es la prioridad número uno.

Recomendación 1: Especialización en un Nicho de Mercado. En lugar de buscar cualquier "oferta", el emprendedor debe especializarse en 2 o 3 modelos de vehículos específicos. Convertirse en un experto en, por ejemplo, el Suzuki Swift, el Kia Rio y el Hyundai Accent, permite desarrollar un conocimiento profundo de sus precios justos, fallas comunes, costos de repuestos y perfil del comprador. Esta especialización otorga una ventaja competitiva decisiva al momento de negociar tanto la compra como la venta, protegiendo el margen.

Recomendación 2: Adoptar el Principio "La Ganancia se Hace en la Compra". El error más costoso es pagar de más por un vehículo. Se recomienda establecer un "precio máximo de compra" para cada vehículo prospectado ANTES de iniciar la negociación, y estar dispuesto a abandonar la transacción si no se logra. El foco debe estar en vendedores con motivaciones claras (urgencia, falta de conocimiento, mala presentación del vehículo), ya que ahí residen las verdaderas oportunidades de crear valor.

Recomendación 3: Implementar una Estrategia de Precios Basada en Valor. Al vender, no se debe competir por ser el más barato. El precio debe reflejar el valor agregado. Se debe preparar un "dossier" para cada vehículo que incluya el informe Autofact, las boletas de las reparaciones o

mantenciones realizadas y fotografías de alta calidad. Esto justifica un precio premium, genera confianza en el comprador y reduce la presión para negociar a la baja.

## **10.2. Recomendaciones para el Control de Costos y Eficiencia Operacional**

Aunque menos sensible que el margen, un control de costos disciplinado es fundamental para asegurar la rentabilidad del escenario base.

Recomendación 4: Realizar un Diagnóstico Pre-Compra Exhaustivo. Para mitigar el riesgo de costos de reparación imprevistos, es mandatorio realizar una inspección mecánica y un escaneo electrónico del vehículo antes de cerrar la compra. Este costo de diagnóstico (aprox. \$30.000 - \$50.000) debe ser considerado como parte de la inversión y no como un gasto opcional. Es el "seguro" más barato contra la compra de un "limón".

Recomendación 5: Desarrollar una Red de Proveedores Confiables. Se debe evitar buscar un taller o proveedor diferente para cada auto. Es crucial construir una relación de confianza con un mecánico, un taller de desabolladura y pintura, y un proveedor de servicios de detallado estético. Esto no solo permite obtener precios más competitivos, sino que también asegura un servicio de calidad y, muy importante, reduce los tiempos de reacondicionamiento, impactando positivamente la rotación del inventario.

Recomendación 6: Priorizar Mejoras de Alto Impacto y Bajo Costo. La inversión en reacondicionamiento debe ser estratégica. Se recomienda seguir una jerarquía de mejoras:

Limpieza y Detallado Profesional: Es la inversión con el mayor retorno, ya que impacta directamente en la percepción de valor del comprador.

Reparaciones Estéticas Menores: Pulido de focos, reparación de llantas, eliminación de pequeñas rayas.

Funcionamiento y Seguridad: Asegurarse de que todos los componentes eléctricos, neumáticos y frenos estén en perfecto estado.

### **10.3. Recomendaciones para la Gestión del Riesgo y del Capital**

El análisis de escenarios demostró que el proyecto puede generar pérdidas. Una gestión financiera disciplinada es clave para la supervivencia a largo plazo.

Recomendación 7: Establecer una Política de "Stop-Loss" por Tiempo. El capital inmovilizado es el enemigo del negocio. Se recomienda definir un tiempo máximo de permanencia para cada vehículo en inventario (ej. 45-60 días). Si un auto no se vende en ese período, se debe activar una política de liquidación, bajando el precio progresivamente hasta lograr la venta, incluso si esto significa salir sin ganancia o con una pérdida menor. Es preferible recuperar el capital para reinvertirlo en una nueva oportunidad más rentable.

Recomendación 8: Implementar una Política de Reinversión de Utilidades. El emprendedor debe resistir la tentación de retirar todas las ganancias generadas. Se recomienda definir una política clara de reinversión (ej. reinvertir el 50% de las utilidades netas) para aumentar gradualmente el capital de trabajo. Esto permitirá, con el tiempo, manejar más de un vehículo en paralelo o acceder a segmentos de mayor valor, promoviendo un crecimiento orgánico y sostenible del negocio.

La aplicación sistemática de estas recomendaciones transformará la actividad del “car flipping” de una apuesta especulativa a un negocio estructurado, mitigando sus riesgos inherentes y maximizando su considerable potencial de rentabilidad.

## 11. Referencias

- Akerlof, G. A. (1970). *The market for “lemons”*: *Quality uncertainty and the market mechanism*. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488–500.
- Asociación Nacional Automotriz de Chile [ANAC]. (2025, enero). *Informe del mercado automotor diciembre 2024*. <https://www.anac.cl/wp-content/uploads/2025/01/12-ANAC-Mercado-Automotor-Diciembre-2024.pdf>
- Asociación Nacional Automotriz de Chile [ANAC]. (2025). *Informe estadístico anual del mercado automotor chileno*. <https://www.anac.cl>
- Autofact. (s.f.). *Depreciación: qué es y cómo afecta el valor de los vehículos*. <https://www.autofact.cl/blog/mi-auto/cotizar-precios/depreciacion-que-es>
- Barrow, C., Barrow, P., & Brown, R. (2021). *The business plan workbook: A practical guide to new venture creation and development* (10.<sup>a</sup> ed.). Kogan Page.
- Banco Central de Chile. (2024). *Informe de política monetaria (IPoM), diciembre 2024*. <https://www.bcentral.cl>
- Chen, J. (2022, diciembre 20). *Retail arbitrage: What it is, how it works, example*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/r/retail-arbitrage.asp>
- David, F. R. (2013). *Conceptos de administración estratégica* (13.<sup>a</sup> ed.). Pearson Educación.
- Gallo, A. (2014, julio 2). *A refresher on sensitivity analysis*. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2014/07/a-refresher-on-sensitivity-analysis>

- Gerlach, N. (2025, enero 20). *Más de un millón de vehículos usados se comercializaron durante 2024 en Chile*. RutaMotor. <https://www.rutamotor.com/mas-de-un-millon-de-vehiculos-usados-se-comercializaron-durante-2024-en-chile/>
- Gerlach, L. (2025). *Dinámica de precios y oportunidades de negocio en el mercado de vehículos usados*. *Estudios de Mercado en Latinoamérica*, 19(1), 25–39.
- HDI Seguros. (s.f.). *4 ventajas de comprar autos usados*. <https://www.hdi.cl/blog-auto-modo-seguro/4-ventajas-de-comprar-autos-usados/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (2018). *Síntesis de resultados Censo 2017*. <https://www.censo2017.cl/descargas/home/sintesis-de-resultados-censo2017.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (2018). *Parque vehicular por región y comuna*. <https://www.ine.cl>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentals of corporate finance* (12.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill Education.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* (5.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill Interamericana.

- Vergara, M. (2025). *Perspectivas del mercado automotor chileno: Desafíos e innovación post pandemia*. *Revista Chilena de Economía Aplicada*, 45(2), 33–47.
- Vergara, R. (2025, febrero 6). *¿Pensando comprar o vender el tuyo?: Este es el ranking de autos usados más deseados por los chilenos*. BioBioChile.  
<https://www.biobiochile.cl/noticias/economia/mercado-automotriz/2025/02/06/pensando-comprar-o-vender-el-tuyo-este-es-el-ranking-de-autos-usados-mas-deseados-por-los-chilenos.shtml>
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). The limits of arbitrage. *The Journal of Finance*, 52(1), 35–55. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1997.tb03807.x>
- BioBioChile. (2025, febrero 6). *¿Pensando comprar o vender el tuyo?: Este es el ranking de autos usados más deseados por los chilenos*.  
<https://www.biobiochile.cl/noticias/economia/mercado-automotriz/2025/02/06/pensando-comprar-o-vender-el-tuyo-este-es-el-ranking-de-autos-usados-mas-deseados-por-los-chilenos.shtml>
- Comisión para el Mercado Financiero [CMF]. (2025). *Normativa sobre actividades comerciales y tributación en vehículos usados*. <https://www.cmfchile.cl>

## 12. Anexos

### Anexo A: Detalle del Flujo de Caja Proyectado (Anual)

Item	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades vendidas	0	24	36	48	60	72
Inversión inicial	15.000.000					
<b>Ingresos</b>	<b>7.800.000</b>	<b>187.200.000</b>	<b>280.800.000</b>	<b>374.400.000</b>	<b>468.000.000</b>	<b>561.600.000</b>
Egresos	6.900.000	165.600.000	248.400.000	331.200.000	414.000.000	496.800.000
Gastos fijos		18.000.000	18.000.000	18.000.000	18.000.000	18.000.000
<b>Costos Totales</b>		<b>183.600.000</b>	<b>266.400.000</b>	<b>346.200.000</b>	<b>432.000.000</b>	<b>514.800.000</b>
<b>Flujo de caja Neto</b>	<b>15.000.000</b>	<b>3.600.000</b>	<b>14.400.000</b>	<b>25.200.000</b>	<b>36.000.000</b>	<b>46.800.000</b>
Tasa de descuento		12%	12%	12%	12%	12%
Fc Descontado	15.000.000	3.214.286	12.857.143	22.500.000	32.142.857	41.785.714
Flujo de caja acumulado	15.000.000	11.400.000	3.000.000	28.200.000	64.200.000	111.000.000
Fc Acumulado descontado	15.000.000	-11.785.714	1.071.429	23.571.429	55.714.286	97.500.000

### Anexo B: Muestra de Datos Recopilados de Portales Online

Para establecer los precios promedio de compra y venta, se analizó una muestra de más de 100 publicaciones. A continuación, se presenta un extracto de dicha muestra para el modelo de referencia (Suzuki Swift 1.2 GL o similar, año 2019), consultada entre abril y junio de 2025.

Tabla B.1: Muestra de Vehículos para Compra (Precios de Oportunidad)

ID	Modelo	Año	Kilometraje	Precio Lista (CLP)	Portal	Observaciones
1	Chevrolet Sail 1.5	2020	75000	6.750.000	Marketplace	Descripción muy breve
2	Chevrolet Sail 1.5	2019	98000	6.400.000	Yapo.cl	Detalles en tapiz
3	Chevrolet Spark GT 1.2	2019	82000	6.250.000	Marketplace	Se vende por apuro económico
4	Chevrolet Spark GT 1.2	2020	77000	6.590.000	Marketplace	Se vende como está
5	Hyundai Accent 1.4	2019	105000	6.650.000	Yapo.cl	Precio conversable por detalles
6	Hyundai Accent 1.4	2019	92000	6.850.000	Yapo.cl	Versión base
7	Hyundai Grand i10	2019	84000	6.500.000	Chileautos.cl	Sin aire acondicionado
8	Kia Morning 1.2	2020	65000	6.800.000	Chileautos.cl	Solo uso en ciudad
9	Kia Rio 4 1.4	2019	89000	6.700.000	Marketplace	Leve topon en parachoque
10	Kia Rio 5 1.4	2019	79500	6.600.000	Marketplace	Venta por viaje, conversable
11	Kia Rio 5 1.4	2018	102000	6.350.000	Marketplace	Precio final, no insistir
12	Nissan Versa 1.6	2018	110000	6.550.000	Chileautos.cl	Uso como auto de aplicación
13	Suzuki Baleno 1.4	2018	95000	6.300.000	Chileautos.cl	Fotos de baja calidad
14	Suzuki Baleno 1.4	2019	99000	6.480.000	Chileautos.cl	Algunas rayas por uso
15	Suzuki Celerio 1.0	2020	71000	6.100.000	Yapo.cl	Segundo dueño, transferible
16	Suzuki Swift 1.2 GL	2019	88000	6.450.000	Yapo.cl	Pequeños detalles estéticos
17	Suzuki Swift 1.2 GL	2018	91000	6.190.000	Yapo.cl	Necesita mantención
18	Suzuki Swift 1.2 GL	2019	93000	6.490.000	Yapo.cl	Revisión técnica vencida
19	Suzuki Swift 1.2 GL	2019	86000	6.550.000	Marketplace	Solo verdaderos interesados
20	Suzuki Swift 1.2 GL	2019	89500	6.650.000	Chileautos.cl	Reventa, solo transferir

Tabla B.2: Muestra de Vehículos para Venta (Precios de Mercado Final)

ID	Modelo	Año	Kilometraje	Precio Lista (CLP)	Portal	Observaciones
1	Chevrolet Sail 1.5	2020	78.000	7.900.000	Marketplace	Fotos profesionales, como nuevo
2	Chevrolet Sail 1.5	2019	99.000	7.680.000	Chileautos.cl	Neumáticos nuevos
3	Chevrolet Spark GT 1.2	2019	84.000	7.650.000	Chileautos.cl	Única dueña, poco uso
4	Chevrolet Spark GT 1.2	2020	79.000	7.750.000	Marketplace	A toda prueba
5	Hyundai Accent 1.4	2019	101.000	7.850.000	Chileautos.cl	Versión full, llegar y transferir
6	Hyundai Accent 1.4	2019	94.000	7.950.000	Chileautos.cl	Cuidado maniático, sin detalles
7	Hyundai Grand i10	2019	86.000	7.600.000	Marketplace	Full, con aire y llantas
8	Kia Morning 1.2	2020	68.000	7.950.000	Yapo.cl	Tope de línea, muy bien cuidado
9	Kia Rio 4 1.4	2019	91.000	7.990.000	Yapo.cl	Se vende por renovación
10	Kia Rio 5 1.4	2019	82.000	7.750.000	Chileautos.cl	Mantenciones en la marca, único dueño
11	Kia Rio 5 1.4	2018	98.000	7.780.000	Marketplace	Muy bien mantenido
12	Nissan Versa 1.6	2018	108.000	7.700.000	Chileautos.cl	Perfecto estado mecánico y estético
13	Suzuki Baleno 1.4	2018	90.000	7.690.000	Yapo.cl	Impecable, pulido cerámico
14	Suzuki Baleno 1.4	2019	97.000	7.800.000	Yapo.cl	Papeles 2025 al día
15	Suzuki Celerio 1.0	2020	72.000	7.490.000	Chileautos.cl	Económico y en excelente estado
16	Suzuki Swift 1.2 GL	2019	85.000	7.890.000	Chileautos.cl	Excelente estado, full equipo
17	Suzuki Swift 1.2 GL	2018	92.000	7.590.000	Yapo.cl	Papeles al día, sin detalles
18	Suzuki Swift 1.2 GL	2019	90.000	7.790.000	Marketplace	Sin multas ni partes
19	Suzuki Swift 1.2 GL	2019	87.500	7.850.000	Yapo.cl	Transferencia inmediata
20	Suzuki Swift 1.2 GL	2019	89.000	7.990.000	Chileautos.cl	Versión GLX, tope de línea

## Anexo C: Cotizaciones de Servicios de Reacondicionamiento

Para justificar el costo promedio de reacondicionamiento de \$350.000, se presentan a continuación dos cotizaciones tipo obtenidas de proveedores en la Región Metropolitana.

### COTIZACIÓN 1

Proveedor: Detailing Pro Santiago

Fecha: 15 de mayo de 2025

Asunto: Cotización de Servicio de Detallado Full

Detalle:

Limpieza profunda y desinfección de tapiz y alfombras: \$80.000

Lavado de carrocería y descontaminación férrica: \$40.000

Pulido de carrocería en 2 pasos (corte y abrillantado): \$150.000

Restauración y pulido de focos: \$30.000

Subtotal: \$300.000

IVA: \$57.000

Total: \$357.000 CLP

## COTIZACIÓN 2

Proveedor: Taller Mecánico "El Rápido"

Fecha: 16 de mayo de 2025

Asunto: Cotización de Mantenimiento Preventiva Básica

Detalle:

Cambio de aceite (sintético 5W30) y filtro de aceite: \$65.000

Cambio de filtro de aire y filtro de cabina: \$40.000

Revisión y ajuste de frenos: \$35.000

Scanner y diagnóstico electrónico general: \$25.000

Subtotal: \$165.000

IVA: \$31.350

Total: \$196.350 CLP

### 13. Acrónimos

<b>Acrónimo</b>	<b>Nombre Completo</b>
ANAC	Asociación Nacional Automotriz de Chile
KPI	Key Performance Indicator (Indicador)
CAVEM	Cámara de Comercio Automotriz de Chile
CLP	Peso Chileno
CMF	Comisión para el Mercado Financiero
C2C	Consumidor a Consumidor (Consumer-to-Consumer)
INE	Instituto Nacional de Estadísticas
PRI	Período de Recuperación de la Inversión
SII	Servicio de Impuestos Internos
TIR	Tasa Interna de Retorno
VAN	Valor Actual Neto