

# Historia de GARAGE

MASPARKING

INVERSIÓN PRODUCTIVA  
**NUEVOS PRÉSTAMOS  
 PARA PYMES  
 A 10 AÑOS**  
 LOS PRIMEROS 5 AÑOS, TASA FIJA

BANCO DE LA NACION ARGENTINA

Dos socios constructores apostaron sus fichas y dólares a una propuesta de plataformas metálicas de elevación para crear nuevos espacios para estacionar autos. Masparking comercializa estos novedosos prototipos alemanes en Buenos Aires y próximamente se expandirá a la región.

## Nuevo concepto de negocio: estacionamientos en el aire

"Cada vez tardo más en llegar a mi hogar", "El tránsito en esta ciudad es un infierno", "¿Cuándo el Gobierno tomará medidas para facilitar la circulación?". Estas expresiones, impregnadas de fastidio, se escuchan a diario, tanto de automovilistas como de peatones al recorrer cualquier avenida. Lideran el campeonato de reclamos a la par de los increíbles índices de precios que anuncia el Indec o el incesante aumento de la inseguridad a cualquier hora del día.

Dos socios constructores, que se conocieron hace tres años jugando al golf, a pesar de tener sus oficinas a pocos metros cuando aún trabajaban de manera independiente, encontraron la vuelta al problema del escaso y caro estacionamiento en la ciudad, con una baja inversión. Desde abril comercializan en la Argentina un concepto de negocio sólo conocido en Europa y Estados Unidos. Se trata de plataformas metálicas multiplicadoras de espacios para cocheras, garajes o estacionamientos públicos. Masparking, así bautizaron a la compañía, reúne un portfolio de soluciones, que comprenden desde plataformas de elevación para estacionar vehículos en dos, tres o más alturas, de modo dependiente o independiente. Los sistemas de funcionamiento son totalmente automatizados, y permiten desplazamientos en forma vertical y horizontal de los estacionamientos robotizados.

Este nuevo concepto de negocio no es un invento argentino, pero sí es criolla la visión y estrategia que desplegaron Waldo Wolff y Raúl Schuartzman para descubrir la novedad y transformarse en el agente oficial para la Argentina, Brasil, Chile y Uruguay de Klaus Multiparking, empresa líder alemana que fabrica estos prototipos. "Por nuestro trabajo de desarrolladores inmobiliarios, descubrimos este producto por necesidad, debido al poco espacio para cocheras por departamento y la ausencia de las mismas en la Ciudad de Buenos Aires", explica Wolff, ex arquero e ídolo de Atlanta en la década de los '90, que por una lesión en la rodilla debió volcarse de lleno a su profesión.

Según la Cámara Argentina de Garajistas y Afines, en los últimos años desaparecieron 700 garajes a nivel nacional, lo que implica 100.000 plazas menos, en un contexto de 600.000 nuevos



De izquierda a derecha: Raúl Schuartzman, Waldo Wolff y Sebastián Martínez Lumbrera.

autos que ingresan al mercado. Wolff subraya que, entre hoyo y hoyo, le contó la idea al futuro socio. Luego lo siguieron debatiendo y viajaron juntos a Alemania. A la tercera visita firmaron la representación exclusiva.

"Como se volvía cada vez más difícil vender un departamento sin cochera, hace tres años, en un viaje por Nueva York observé este servicio. Al regresar, lo primero que hice fue rastrear empresas que se dedicaran a la fabricación de esas plataformas. Me atrajo una alemana y enseñada les mandé un mail pidiendo aclaraciones sobre el producto y consultando si tenían representantes en la región, y la respuesta fue negativa", indica Wolff, sin ocultar el entusiasmo en su relato. El siguiente paso fue viajar a Alemania para la presentación del plan de negocios. El amante del deporte es también licenciado en administración de empresas, por lo que la confección del *business plan* no representó un obstáculo, situación recurrente en el mundo en-

trepreneur, y que termina desvaneciéndose el proyecto.

### Superando las expectativas

"Presentamos un plan de negocios concreto y real, ya que pusimos dinero. No nos regalara nada. Nos pidieron que les compremos productos por adelantado para saber si éramos solventes", comenta Schuartzman. Lo más jugoso del mismo, y seguramente lo que terminó convenciendo a los alemanes, radicaba en su integridad, ya que los emprendedores proponían abrir un showroom, acopiar una determinada cantidad de máquinas, demostrando los años de posicionamiento de constructores en el mercado. Hasta se comprometieron a participar en una feria comercial de primer nivel (estuvieron el año pasado en Fematec, el encuentro más importante en materiales y tecnologías para la construcción). Además, agendaron el envío de dos personas para que se capacitaran en la insta-

lación. La inversión inicial alcanzó los u\$s 250.000.

El ex arquero de Atlanta y Deportivo Italiano recuerda, a modo de anécdota y chiste, que siempre le comentaba a sus colegas y amigos que la única solución que avizoraba para terminar con el problema de estacionamiento en la Ciudad era la de poner un auto arriba de otro. Y, justamente, años después, venden el prototipo para ello.

"Cada estructura se adapta perfectamente a la cantidad de metros disponibles, creando a la vez nuevos espacios de estacionamiento, ya que puede instalarse en garajes, al nivel cero, en subsuelos o a la intemperie", destaca Wolff. Según los empresarios, el sistema resulta econó-

entre ventas y comprometidas para el año próximo. Realmente superó nuestras expectativas", indica Sebastián Martínez Lumbrera, gerente general de la empresa.

"Separamos el negocio en dos grandes segmentos, como garajes comerciales y desarrollos inmobiliarios. Con los constructores nos está yendo muy bien, tenemos un promedio de 15 visitas diarias y cinco

presupuestos por día. Lo más importante es que están empujando a demandar las especificaciones técnicas para dejar planteados los proyectos con esa plataforma. Hemos registrado las máquinas en el Gobierno de la Ciudad para que los garajistas las puedan ir adquiriendo", asegura Schuartzman.

### EN NÚMEROS

- Inicio de actividades: abril de 2008
- Inversión Inicial: u\$s 250.000
- Proyecciones de venta exigidas por la empresa alemana: 160.000 euros durante 2008 y 2009
- Ventas realizadas en 2008: 170.000 euros
- Unidades vendidas: 150
- Costo del prototipo: entre u\$s 8.000 y u\$s 12.000
- Cantidad de empleados: 12

### Aumentos de precios, un aliado clave

Actualmente, el automóvil no es un bien de lujo y sigue creciendo la venta de autos. Y los constructores, con suerte, llegan a ofrecer una cochera por departamento. "Al cliente le decimos que si la altura de su espacio llega a 2,90 m, podemos sumar un auto arriba con esta plataforma metálica, que se instala en seis horas", agrega Wolff. Y dependiendo del modelo, el costo oscila entre u\$s 8.000 y u\$s 12.000 por unidad adicional ganada.

Teniendo en cuenta que en la Ciudad no se consiguen cocheras por un precio menor a u\$s 15.000, la alternativa que ofrecen resulta aún más atractiva. De esta manera, la coyuntura también alentó al negocio. El aumento en los precios de las cocheras hasta la expansión del parque automotor, empujaron la demanda de esta plataforma. Hace cinco años no hubiera sido rentable.

"Estamos empezando a recibir consultas del interior del país, y estamos enviando los presupuestos, pero estamos enfocados a ofrecerlo en la Ciudad, donde residen los mayores problemas de tránsito y estacionamiento", coinciden en la compañía.

La empresa también debió pagar el derecho de piso de introducir en el país un nuevo concepto de negocio, desconocido hasta por las autoridades de Aduana, que no sabían cómo tipificar el producto y liquidar los impuestos. Finalmente, fue catalogado como electromecánica.

Martín Coccaro