

PRONTO WASH LLEGA CON SU FRANQUICIA A KAZAJSTÁN

► La firma argentina es inventora del lavado móvil de autos

MELISSA MARINELLI | melissa@infobae.com

Comenzó sus actividades en diciembre del 2001, cuando la Argentina se sumergía en una profunda crisis. Desde entonces otorgó 50 franquicias en la Capital y el interior y se extendió a otros 17 países de América y Europa.

Tan argentino como la bizcocha y el dulce de leche, el sistema de lavado móvil de automóviles -con su correspondiente maquinaria- fue creado por un grupo de empresarios locales y en tres años y medio tuvieron "un crecimiento tan meteórico que, cuando paramos la pelota y pensamos en eso, nos da un poco de vértigo", dijo a Infobae Andrés Spilzinger, director de Marketing de la empresa. "Desde el principio -añadió-, pensamos en la empresa como una franquiciante a nivel mundial porque, entre otras cosas y para nuestra sorpresa, el sistema y el tipo de equipos necesarios para prestar los servicios no existían en ningún otro país".

La llegada a Kazajstán -una de las ex repúblicas que conformaban la URSS- se inició en una feria de franquicias realizada en Nueva York. "Allí nos contactó el empresario que ahora tomó la franquicia maestra en ese país que se mostró interesado por el servicio y, luego de unas cortas negociaciones, firmamos el contrato", dijo Spilzinger.

La empresa, cuyos principales dueños son los empresarios Pablo Kompel, también propietario del complejo La Plaza y otros emprendimientos teatrales y el ex ejecutivo de Andersen y el Clígroup, Alan Parker, ya cuenta 250 franquiciados que, de conjunto, tiene una facturación de US\$20 millones al año. Entre esos integrantes de la cadena, Pronto Wash colocó unas 2.500 máquinas lavadoras -Washing Car- "cuyo diseño inventamos en la



Un invento argentino que ya llegó a los EE.UU., Europa y ahora a Asia

CAMBIOS

En el estacionamiento de un hiper de un shopping o de Puerto Madero no pueden lavarse automóviles con la misma cantidad de agua que en un lavadero común. Por eso es que los dueños de Pronto Wash debieron crear máquinas especiales -lavan un auto con cinco litros de agua- y utilizar detergentes y ceras biodegradables.

compañía y son fabricadas por una empresa argentina que trabaja exclusivamente para nosotros", dijo Spilzinger, quien indicó que el costo de la franquicia oscila entre los US\$25.000 y los US\$250.000 más 5% de la facturación bruta, según el país que fuere.

En el área metropolitana están instalados en varios centros de concurrencia masiva de clientes, como los supermercados Carrefour y Wal Mart y los shoppings del Abasto y Paseo Alicia. También en estacionamientos de Puerto Madero, de Village Recoleta y Pilar y en el de la recova de 9 de Julio y Libertad, entre otros.

NOVEDAD. Spilzinger aclaró que ahora están apareciendo, en algunos países, fabricantes de "máquinas parecidas a las nuestras pero que no tienen, detrás, el conocimiento del negocio que aportamos en Pronto Wash".

En cuanto a los próximos mercados en los cuales van a recalar, el directivo dijo que están en negociaciones avanzadas para colocar franquicias en Turquía y Grecia y que están con la mirada colocada en Asia, "especialmente en Malasia y Singapur, donde hay una población muy concentrada y de altos ingresos". Aclaró Spilzinger que los mercados más importantes de esa zona, como Japón y, especialmente, China, serán abordados por la empresa "cuando hayamos alcanzado una presencia importante en los otros mercados menos masivos y hayamos colocado ampliamente la marca".

"Es que sabemos que apenas desembarquemos en China, por ejemplo, aparecerá un competidor que va a replicar nuestros equipos y lo puede hacer a un costo con el que va a resultar muy difícil competir", concluyó.