



Facultad de Ciencias de la Administración

Carrera de Administración de Empresas

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL
NEGOCIO DE DETALLADO DE VEHÍCULOS
EN LA CIUDAD DE CUENCA**

“DETAILING PRO”

**Trabajo de titulación previo a la obtención del
grado de Ingeniero Comercial**

Autor:

Andrés Modesto Casajoana Moscoso

Directora:

Ing. María Verónica Rosales Moscoso

Cuenca – Ecuador

2025

DEDICATORIA

A mis padres, Modesto y Fidelia, por su amor, esfuerzo y apoyo incondicional. Todo lo que soy y he logrado se lo debo a ustedes.

A mis hermanos, María Isabel y David, por su compañía y por ser mi fuente de inspiración constante.

Y a ti, Karina, mi amada prometida y futura esposa, por ser mi mayor motivo para seguir adelante, por tu amor infinito, tu fe en mí y por compartir conmigo cada sueño y cada meta. Este logro es también tuyo, porque tu apoyo y presencia le dan sentido a todo.

Este triunfo es tan mío como de todos ustedes. Gracias por creer en mí.

Andrés Casajoana Moscoso

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que de alguna forma contribuyeron a la realización de este trabajo.

En primer lugar, a mis padres, Modesto y Fidelia, por su apoyo incondicional, por ser mi motivación diaria y por su fe inquebrantable en mí. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia.

A Karina, mi futura esposa, por ser mi mayor apoyo, mi refugio y mi inspiración. Gracias por estar a mi lado en cada paso, por creer en mí incluso en los momentos más difíciles y por darme la fuerza para alcanzar esta meta.

A mis hermanos, María Isabel y David, por su cariño, paciencia y comprensión durante todo este proceso. Su apoyo me ha sido fundamental en los momentos difíciles.

A mis profesores y asesores, en especial a mi tutora María Verónica, por su guía, paciencia y sabios consejos, los cuales fueron fundamentales para la culminación de este trabajo.

Gracias por compartir su conocimiento y por impulsarme a dar lo mejor de mí.

Andrés Casajoana Moscoso

Índice de Contenidos

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
Índice de Contenidos	iii
Índice de Figuras	vii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Anexos	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
MARCO TEÓRICO	4
CAPÍTULO 1	8
1. ANÁLISIS SITUACIONAL	8
1.1 Análisis del entorno	8
1.1.1 Descripción del negocio	8
1.1.2 Características de los clientes	9
1.1.3 Segmento de clientes	10
1.2 FODA.....	11
1.2.1 Fortalezas de la idea de negocio	11
1.2.2 Oportunidades de la idea de negocio.....	12
1.2.3 Debilidades	13
1.2.4 Amenazas.....	13
1.3 Cinco fuerzas de Porter.....	14
1.3.1 Amenazas de nuevos competidores	15
1.3.2 Poder de negociación de los clientes	15

1.3.3	Amenazas de servicios sustitutos	16
1.3.4	Poder de negociación de los proveedores.....	16
1.3.5	Rivalidad de competidores existentes.....	17
1.3.6	Resumen de las Fuerzas de PORTER.....	20
1.4	Análisis PESTEL	21
1.4.1	Factores Políticos.....	21
1.4.2	Factores Económicos.....	22
1.4.3	Factores sociales	22
1.4.4	Factores Tecnológicos	22
1.4.5	Factores Ambientales	23
1.4.6	Factores Legales	23
1.5	Investigación de mercado	24
1.5.1	Objetivo de investigación de mercado.....	24
1.5.2	Metodología.....	24
1.5.3	Investigación Cualitativa	25
1.5.4	Investigación Cuantitativa	30
CAPITULO 2		43
2.	ESTUDIO DE RECURSOS Y PROVEEDORES	43
2.1	Identificación de equipos	43
2.1.1	Máquina de Vapor	43
2.1.2	Aspiradora de agua/polvo.....	44
2.1.3	Hidro lavadora industrial	44
2.1.4	Bombas de alta presión.....	45
2.1.5	Elevador de vehículo	45
2.1.6	Taladro eléctrico para lavado de autos	46
2.1.7	Pulidora.....	46

2.2	Materia prima y recursos humanos	47
2.2.1	Materia Prima	47
2.2.2	Recursos Humanos	47
2.3	Proveedores.....	48
2.3.1	Empresa Nelson & Nelson	49
2.3.2	Empresa MegAlimpio.....	49
2.3.3	Empresa Koch-Chemie Ecuador	50
2.3.4	Empresa Ride Ecuador	50
2.3.5	Empresa Rustung Ecuador.....	51
CAPÍTULO 3.		52
3.	ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN.....	52
3.1	Ubicación óptima.....	52
3.2	Factores.....	53
3.2.1	Acceso a la materia prima	53
3.2.2	Condiciones climatológicas.....	53
3.2.3	Ubicación favorable para los empleados.....	53
3.2.4	Cercanía al Estadio Alejandro Serrano Aguilar	54
3.2.5	Cercanía a la Corte cerca del Millenium Plaza Cuenca.....	55
3.2.6	Seguridad del lugar.....	55
3.2.7	Facilidad de obtener permisos y licencias para el funcionamiento	56
3.2.8	Visibilidad del lugar	56
3.2.9	Acceso a los servicios básicos.....	56
3.2.10	Manejo de desechos tóxicos.....	56
3.2.11	Estacionamiento para los clientes	56
CAPÍTULO 4.		57
4.	EVALUACIÓN DE RIESGOS Y ANÁLISIS FINANCIERO.....	57

4.1	Evaluación de riesgos	57
4.1.1	Identificación de los riesgos	57
4.1.2	Análisis de los riesgos	57
4.1.3	Evaluación de Riesgos.....	58
4.1.4	Medidas de Control en los riesgos.....	58
4.2	Análisis financiero	58
4.2.1	Resumen de la inversión inicial.....	58
4.2.2	Plan de financiamiento	59
4.2.3	Planta y equipo	60
4.2.4	Gastos de personal	61
4.2.5	Costos y gastos de operación.....	63
4.2.6	Detalle de Materiales e insumos.....	64
4.2.7	Proyección de Ventas a cinco años.....	65
4.2.8	Estado de Resultados proyectado a cinco años	66
4.2.9	Estado de Situación Financiera proyectado a cinco años	67
4.2.10	Flujo de Caja proyectado a cinco años	68
4.2.11	Punto de equilibrio.....	69
4.2.12	TIR y VAN	69
	CONCLUSIONES.....	70
	RECOMENDACIONES	71
	REFERENCIAS	72
	ANEXOS	79

Índice de Figuras

Figura 1 Procesos de marketing	7
Figura 2 Rivales competidores en la ciudad de Cuenca	17
Figura 3 Logo empresa Garage Detail.....	18
Figura 4 Logo empresa Bwax Professional Detailing.....	18
Figura 5 Logo empresa Auto Lavado D' \$1	19
Figura 6 Logo empresa Auto Detailer Studio.....	19
Figura 7 Logo empresa Car Dr.....	20
Figura 8 Género de los encuestados	33
Figura 9 Edad de los encuestados.....	34
Figura 10 Nivel de conocimiento sobre los servicios de detailing vehicular	35
Figura 11 Tiene interés en los servicios de detailing vehicular.....	36
Figura 12 Horario de preferencia para solicitar el servicio de lavado al vehículo.....	37
Figura 13 Días de preferencia para solicitar el servicio de lavado al vehículo	38
Figura 14 Frecuencia para requerir los servicios de detailing vehicular	39
Figura 15 Como califica el precio por el servicio de detailing vehicular prestado actualmente.....	40
Figura 16 Característica más importante al momento de recibir el servicio de detailing vehicular	41
Figura 17 Máquina de vapor para limpieza de vehículos.....	43
Figura 18 Máquina aspiradora de agua/polvo	44
Figura 19 Máquina Hidrolavadora industrial	44
Figura 20 Bomba de alta presión.....	45
Figura 21 Elevador de vehículo.....	45
Figura 22 Taladro eléctrico para lavado de autos.....	46
Figura 23 Pulidoras.....	46
Figura 24 Organigrama de la empresa DETAILING PRO	47

Figura 25 Empresa Nelson & Nelson.....	49
Figura 26 Empresa MegAlimpio.....	50
Figura 27 Empresa Koch-Chemie Ecuador.....	50
Figura 28 Empresa Ride Ecuador.....	51
Figura 29 Empresa Rustung Ecuador.....	51
Figura 30 Ubicación de la empresa Detailing Pro.....	52
Figura 31 Ubicación de la empresa Detailing Pro.....	54
Figura 32 Ubicación del Estadio Alejandro Serrano Aguilar.....	55

Índice de Tablas

Tabla 1 Resumen de las Fuerzas de PORTER para Detailing Pro	20
Tabla 2 Entrevista a emprendedores de la ciudad de Cuenca - Detailing Vehicular.....	26
Tabla 3 Género de los encuestados.....	33
Tabla 4 Edad de los encuestados	34
Tabla 5 Nivel de conocimiento sobre los servicios de detailing vehicular.....	35
Tabla 6 Tiene interés en los servicios de detailing vehicular	36
Tabla 7 Horario de preferencia para solicitar el servicio de lavado al vehículo.....	37
Tabla 8 Días de preferencia para solicitar el servicio de lavado al vehículo.....	38
Tabla 9 Frecuencia para requerir los servicios de detailing vehicular.....	39
Tabla 10 Como califica el precio por el servicio de detailing vehicular prestado actualmente.....	40
Tabla 11 Característica más importante al momento de recibir el servicio de detailing vehicular	41
Tabla 12 Resumen de la inversión inicial.....	59
Tabla 13 Plan de Financiamiento	59
Tabla 14 Resumen planta y equipo.....	61
Tabla 15 Instalaciones y adecuaciones, maquinarias y equipos de computación.....	61
Tabla 16 Gastos de Personal.....	62
Tabla 17 Gastos de Personal proyectados a cinco años.....	62
Tabla 18 Gastos y costos proyectados a cinco años	63
Tabla 19 Detalle de los servicios básicos	63
Tabla 20 Detalle de los Materiales e insumos requeridos	64
Tabla 21 Proyección de ventas a cinco años	65
Tabla 22 Estado de Resultado Integral proyectado a cinco años.....	66
Tabla 23 Estado de Situación Financiera proyectado a cinco años	67

Tabla 24 Estado de Flujo de Caja proyectado a cinco años	68
Tabla 25 Punto de equilibrio.....	69
Tabla 26 TIR Y VAN	69

Índice de Anexos

Anexo 1. Formato de encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca.....	79
Anexo 2. Máquina de Vapor	81
Anexo 3. Máquina de Aspirado de agua/polvo	82
Anexo 4. Hidrolavadora Industrial.....	83
Anexo 5. Bomba de alta presión	84
Anexo 6. Elevador de Vehículo	85
Anexo 7. Taladro Eléctrico	86
Anexo 8. Pulidora para detailing vehicular	87

RESUMEN

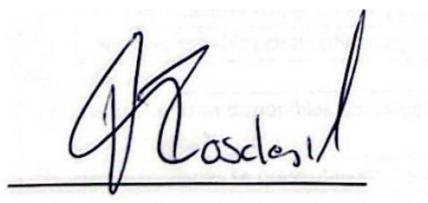
La presente investigación tuvo como objetivo general conocer la factibilidad para la apertura y desarrollo de un negocio de detallado de vehículos en la ciudad de Cuenca. Para el desarrollo metodológico se realizó un análisis situacional que permitió conocer las oportunidades de la idea de negocio en el mercado, así como la opinión sobre el detailing por medio de encuestas realizadas a conductores de la ciudad. Se efectuó un estudio de los recursos y proveedores que permitió determinar la fácil adquisición de los productos, materiales e insumos que requiere la empresa para funcionar. A través del estudio de localización donde funcionará DETAILING PRO S.A. se detallaron las diversas ventajas de acceso y ubicación, tanto para la empresa como los clientes. Dentro de los principales resultados se obtuvo que la idea de negocio es totalmente factible, arrojando un TIR de 93% con una recuperación de la inversión en el primer año.

Palabras clave: autolavado, detailing, factibilidad, idea de negocio, plan financiero.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the feasibility of opening and developing a vehicle detailing business in the city of Cuenca. For the methodological development, a situational analysis was carried out that allowed to know the opportunities of the business idea in the market, as well as the opinion on detailing through a survey carried out on drivers in the city. A study of the resources and suppliers was carried out that allowed to determine the easy acquisition of the products, materials and supplies that the company requires to operate. Through the study of the location where DETAILING PRO S.A. will operate, the various advantages of access and location were detailed, both for the company and the clients. Among the main results, it was obtained that the business idea is totally feasible, yielding an IRR of 93% with a recovery of the investment in the first year.

Keywords: car wash, detailing, feasibility, business idea, financial plan.



A handwritten signature in black ink, appearing to read "J. Casales", is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

INTRODUCCIÓN

El presente tema de investigación tiene como objetivo realizar un estudio exhaustivo que permita evaluar la factibilidad de introducir un negocio de detallado de vehículos “DETAILING PRO”, en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Se trata de una idea de negocio con expectativas importantes de crecimiento en el mercado, además de relacionarse con un servicio que está tomando un gran auge en la actualidad.

Los emprendimientos enfrentan diversos riesgos y desafíos que pueden afectar su funcionamiento y/o puesta en marcha si no se toman medidas oportunas para minimizar tales efectos. La dinámica económica y comercial en la actualidad, obliga a los emprendedores o empresarios a tener en cuenta los factores que pueden incidir en su organización desde el entorno externo. Es por ello que se hace necesario conocer los cambios que se dan en el ámbito económico, social, políticos, legal, entre otros, como resultado de la globalización y las expectativas de los clientes que evolucionan constantemente, todo lo cual interviene en la competitividad de las organizaciones.

De esta manera, poner en marcha una idea de negocio, no solo se refiere a precisar la demanda del mercado, sino que amerita también analizar los factores que influyen desde el ámbito externo, para lo cual se utilizan diversas herramientas como matrices que le permiten al empresario conocer el entorno de manera más puntualizada, considerando fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades, factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, entre otros.

En este contexto, el presente estudio se centra en conocer la factibilidad de la puesta en marcha de un negocio de detallado de vehículos en la ciudad de Cuenca, determinando además de los aspectos cualitativos, los cuantitativos vinculados al plan financiero, estados financieros proyectados, proyección de ventas, etc. El interés nace al reconocer la importancia que tiene para un emprendedor, introducirse en el mercado competitivo de forma segura, o exponiéndose al menor riesgo posible. En cuanto al mercado del *detailing* de automóviles, se trata de un negocio que presenta altos desafíos, entre estos los financieros, que en muchos casos limitan las posibilidades de iniciar con equipos sofisticados o especializados de alta capacidad operativa.

Es por ello, que se requiere efectuar un estudio de factibilidad que permita determinar si la puesta en marcha del negocio no pone en riesgo la inversión, además de ser la práctica de *detailing* de automóviles, un servicio que debe garantizar el cuidado de los componentes de los vehículos, partiendo de cuidadosos procesos y técnicas centradas en la limpieza perfecta del mismo, todo lo cual debe preverse de manera responsable en concordancia con la calidad del servicio.

En este contexto, la educación del cliente sobre los beneficios del detailing, la estacionalidad de la demanda, la contratación y retención de personal especializado, la satisfacción del cliente, las regulaciones ambientales y la necesidad de estrategias de marketing efectivas son consideraciones clave que se deben estudiar, sin embargo, el parque automotor en la ciudad crece rápidamente y al consumidor cuencano le gusta mantener en buen estado su vehículo por lo que, con este trabajo de investigación se pretende conocer la viabilidad que asegure la apertura y funcionamiento de dicho negocio.

Partiendo de lo señalado, se genera la siguiente interrogante de estudio:

- ¿Qué tan factible es la apertura y desarrollo de un negocio de detallado de vehículos en la ciudad de Cuenca?

Del mismo modo, esta investigación se justifica desde el aspecto teórico porque reúne información sobre conceptos y definiciones que respaldan teóricamente los objetivos de estudio, resaltando la importancia que tiene el estudio de la factibilidad de un negocio, considerando las herramientas que comúnmente brindan al emprendedor o empresario, la oportunidad de tomar decisiones menos arriesgadas, como por ejemplo, el análisis FODA, PORTER, entre otros.

Asimismo, se justifica desde el punto de vista práctico, porque esta investigación puede servir de apoyo a emprendedores o empresarios que necesiten poner en marcha una idea de negocio, al situar en contexto los aspectos más significativos que pueden afectar en el proceso desde el principio. El resultado de esta investigación servirá de base para futuros estudios y podrá ser revisada por emprendedores, estudiantes o investigadores que requieran ampliar sus conocimientos en estudios de factibilidad.

También, se justifica desde el aspecto metodológico porque se realiza siguiendo un orden sistemático, empleando un enfoque mixto, que combina beneficios del enfoque

cuantitativo y cualitativo, sirviendo de base para llevar a cabo todos los pasos necesarios en el proceso, de manera sistemática y ordenada.

MARCO TEÓRICO

En el presente apartado se hace una revisión a la literatura con la finalidad de fundamentar teóricamente el estudio, indagando sobre los aportes de diversos autores y fuentes académicas que permitan conocer la importancia de los planes de negocio, así como temáticas relacionadas con los detalles de automóviles o “*detailing*”. Entre los principales temas detallados en este capítulo se mencionan distintos conceptos de lo que significa un estudio de factibilidad, plan de negocio, estructura del plan de negocio, análisis situacional, *Detailing*, evaluación de riesgos, entre otros.

Estudio de Factibilidad

Para Cerda (2021) lo factible se relaciona con hacer o la posibilidad de hacer algo, entendiéndolo como una eventualidad que puede resolverse previo conocimiento a fondo de los medios de los que se dispone para llevar a cabo un proyecto. Al respecto, Paccha y Sánchez (2021) señalan que los estudios de factibilidad deben ser profundos en la investigación de mercado, la tecnología que se requiere, entre otros aspectos técnicos, así como la determinación de costos totales, análisis de rentabilidad económica y financiera para la toma acertada de decisiones.

Por su parte, Morad (2022) mencionó que el estudio de factibilidad es un proceso que debe realizar el empresario o emprendedor, antes de poner en marcha una idea de negocio o de realizar una inversión, reuniendo la mayor información posible para tomar la mejor decisión, donde sin duda debe tomar en cuenta el entorno y el mercado.

El estudio de factibilidad requiere un análisis para conocer los aspectos positivos o negativos que inciden en el funcionamiento de la empresa; esto involucra la capacidad de organización que pueda tener la empresa y los recursos de los que dispone (Rodríguez, 2020). En algunos casos, para efectuar un estudio de factibilidad de forma óptima, se utiliza información de diversas fuentes con el propósito de bosquejar los posibles contratiempos que puedan presentarse y determinar las ganancias o proyecciones de ingresos.

Para Salinas et al. (2022), los estudios de factibilidad forman parte del proceso del inversionista y representan la base fundamental para la toma de decisiones, a fin de dar pasos de la manera más segura posible. Por tanto, no se aconseja iniciar la parte de ejecución de un plan o idea de negocio, hasta tanto no se haya realizado un estudio de factibilidad, lo cual minimizará riesgos y/o pérdidas en la inversión.

Aspectos que se deben abordar en un Estudio de Factibilidad

Para Rincón (2022) un estudio de factibilidad debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

Factibilidad técnica. La cual consiste en determinar si el proyecto o idea de negocio es realizable partiendo del conocimiento de la funcionalidad, el rendimiento esperado y las restricciones que se deriven del estudio preliminar. En la factibilidad técnica debe conocerse si es posible llevar a cabo la idea de negocio con el equipamiento del que se dispone de determinado momento, el personal o la tecnología disponible. Asimismo, se analiza si existe la probabilidad de que pueda llevarse a cabo el proyecto.

Factibilidad económica. A través de esta factibilidad, se busca conocer si los beneficios esperados superarán los costos o erogaciones; se analiza si los beneficios que se obtendrán son suficientes y representan de manera ventajosa la inversión realizada. De igual modo, en este aspecto es necesario precisar si los costos son demasiados elevados como para que el negocio no se lleve a cabo, o si la inversión generará utilidades.

Factibilidad operativa. El objetivo es determinar si el proyecto o idea de negocio se puede llevar a cabo operativamente, es decir, si se cuenta con una organización que se ajusta a una filosofía de empresa, cultura organizacional, misión, visión, otros. La factibilidad operativa se relaciona también con la estructura organizacional, la cual define el funcionamiento jerárquico de la empresa, siendo necesaria que se establezca durante el estudio de factibilidad, para conocer los posibles niveles de dirección, mando medio, operativos y técnicos.

Factibilidad Legal. Con la que se busca dilucidar la relación de la actividad desarrollada por la empresa, con los aspectos legales previstos en Leyes, Reglamentos, Normativas, otros que regulan el funcionamiento de las empresas en el país. Es importante que la factibilidad legal sea revisada desde el inicio de la idea de negocio, para prever requisitos o requerimientos que sean solicitados.

Se puede deducir que los aspectos que menciona Rincón (2022) son esenciales para conocer aspectos que fortalecen la toma de decisiones del emprendedor, porque ponen en contexto diversos análisis que le ayudarán a tomar las alternativas más convenientes o que minimicen los riesgos.

Fases de un Estudio de Factibilidad

Paccha y Sánchez (2021) mencionan que dentro de las fases de un estudio de factibilidad se debe tener en cuenta las siguientes:

- Análisis de mercado
- Oferta
- Demanda
- Las 5 P del marketing

La investigación de mercado tiene como uno de los primeros pasos, la obtención de datos, para posteriormente analizarlos. La labor de análisis amerita también la interpretación del investigador, siendo necesario la codificación e incluso la tabulación de datos, empleando criterios de agrupación para manejarla adecuadamente (García, 2023).

Para Soledispa et al. (2021) la investigación y/o análisis de mercado “representa el sistema nervioso central que rige el funcionamiento de las organizaciones” (p. 82). Además, permite determinar las relaciones que tendrá un emprendimiento con el entorno, por tanto se encuentra ligada a la estrategia y la gestión. De acuerdo con lo que señala Argudo (2024) la investigación de mercado resulta esencial para brindar soluciones a las necesidades de información que tienen los empresarios o emprendedores, sobre el funcionamiento de una empresa o idea de negocio. Esto inicia con un grupo estructurado de procesos que facilitan la obtención de información relevante y concisa sobre las tendencias del mercado actual, los clientes, mercados objetivo, competidores, oferta y demanda, otros.

Menciona Brunet (2022) que la oferta y la demanda son un modelo de determinación económica de los precios en las estructuras económicas capitalistas, donde en un mercado perfectamente competitivo se puede predecir que el precio unitario de un bien o servicio, fluctuará hasta el momento en que la cantidad que demandan los consumidores sea la misma a la ofrecida por los productores.

La demanda de un bien es la cantidad de ese bien que están dispuestos a pagar los compradores en un determinado periodo de tiempo (Batles et al., 2023). En esto pueden influir diversos factores como el precio del bien, el precio de bienes competidores,

ingresos de los compradores, gustos y preferencias de los compradores, de esta forma, la demanda del mercado es la suma de las demandas individuales que lo conforman.

Explica Fouad (2023) que, si la demanda aumenta, pero la oferta no tiene modificaciones, es probable que se produzca una escasez y el precio de equilibrio aumente. Mientras que, si la demanda disminuye y la oferta no sufre modificaciones, se da un excedente y el precio puede disminuir.

Para Schnarch (2021) las estrategias de marketing deben considerar aspectos básicos como: entorno, competencia, oferta, demanda, precio, distribución, ventas, comunicación, además de incluir la investigación de mercado, que le permite conocer y detectar todos aquellos factores que pueden incidir en el proyecto. Siguiendo el aporte de Kotler Philip, el proceso de marketing debe contener los siguientes pasos:

Figura 1

Procesos de marketing



Nota. Se detallan los pasos para llevar a cabo el proceso de marketing

Fuente: Adaptado de Águeda et al. (2022)

El proceso de planificar y ejecutar el plan de marketing representa las dos perspectivas de decisión y acción que a su vez se corresponde con las funciones principales del marketing como son: el marketing operativo y el marketing estratégico (Águeda et al., 2022). El Operativo, se refiere a la dimensión fundamentada en la acción, donde se diseñan y ejecutan las acciones del plan; el conjunto de herramientas y la combinación de estas es lo que se conoce como marketing mix.

El Estratégico, implica el análisis en detalle de la situación actual, tanto de las ofertas de la empresa como de las necesidades de los mercados, permitiéndole al emprendedor aprovechar oportunidades o detectar amenazas, todo lo cual conlleva a definir la competitividad de la empresa.

CAPÍTULO 1

1. ANÁLISIS SITUACIONAL

1.1 Análisis del entorno

El análisis del entorno es esencial para lograr conocer los factores que afectarán el funcionamiento de la empresa, permitiendo a los inversionistas o emprendedores tener una apreciación del comportamiento que tendrá la empresa en el corto, mediano o largo plazo, previniendo en la mayor medida posible, situaciones que puedan afectar sus estrategias, objetivos y metas, así como su capacidad de competir en el mercado.

Murcia (2023) explica que el análisis del entorno amerita la comprensión de los elementos externos al proyecto de negocio y que deben tenerse en cuenta para el proceso estratégico de planeación, que de una u otra forma incidirán en las operaciones, como por ejemplo gobierno, instituciones públicas, entidades privadas, comunidades, otros. Para Varian (2022) el entorno puede estar representado por diversos factores, convirtiéndose en un reto para el emprendedor, analizar la forma óptima de llevar a cabo su actividad, teniendo en cuenta posibles restricciones.

1.1.1 Descripción del negocio

Teniendo en cuenta lo expuesto, la idea de negocio se basa en poner en funcionamiento una empresa que ofrezca los servicios de *detailing* vehicular, aplicando técnicas especializadas de limpieza, garantizando que el servicio no ocasione daños materiales a las propiedades de los clientes. Los servicios que ofrecerá “DETAILING PRO” van desde simples servicios de lavado que requieran los clientes para sus carros, motos, bicicletas y otros similares, hasta servicios de limpieza profundos y detallados donde se tiene en cuenta la carrocería, partes internas de los vehículos, limpieza de accesorios, etc.

Se realizarán desmontaje de partes internas de los medios de transporte cuando así sea solicitado por los clientes, para brindar una limpieza de calidad e integral, garantizando un excelente servicio.

Este tipo de servicio también se le conoce como “spa de automóvil” porque se realiza con un cuidado exhaustivo, la limpieza de partes que son de difícil acceso, así

como también piezas pequeñas que retienen suciedad y polvo, pero a través del detailing vehicular se pueden llevar a cabo estos procesos de lavado.

Es por ello que a través del *detailing* se hace uso de técnicas y métodos más sofisticados que un simple lavado de auto, empleando no solo tecnologías sino también productos de limpieza de alta calidad que garantizan el cuidado de las partes del vehículo. Se espera que la empresa “DETAILING PRO” cumpla las expectativas de los clientes y genere un impacto en el servicio, a fin de lograr una posición competitiva en el mercado, ofreciendo un excelente lavado, encerado, pulido, descontaminación de pintura, limpieza de partes externas, partes internas, de asientos, eliminación de manchas, desengrase, brillo, entre otros.

La empresa ofrecerá los siguientes servicios:

- Lavado y encerado exterior.
- Limpieza profunda del interior.
- Pulido y restauración de faros.
- Descontaminación de pintura.
- Protección cerámica o nano-tecnología.
- Aplicación de PPF (Paint Protection Film).
- Tratamiento de motor.
- Descontaminación de olores y desinfección.
- Micro pulido.
- Detailing de exteriores.

1.1.2 Características de los clientes

Dentro de las principales características que pueden tener los clientes se mencionan las siguientes:

- Personas propietarias de vehículos, motos, bicicletas o medios de transporte.
- Personas interesadas en hacerle limpieza a sus vehículos de transporte.
- Personas que tengan capacidad de pago de acuerdo a los servicios que ofrecerá la empresa.
- Propietarios de medios de transporte que vivan en la ciudad de Cuenca, o ciudades aledañas.

1.1.3 Segmento de clientes

Explican Ahumada et al. (2023) que la segmentación de clientes es un proceso muy importante porque permite al emprendedor definir canales de comunicación con los clientes, lograr una interacción más efectiva, precisar las necesidades o requerimientos, posibilita conocer sus expectativas, así como personalizar los servicios.

Para Neumann (2021) la segmentación sugiere una división del mercado en fragmentos más pequeños, con el propósito de identificar preferencias, o aquellas porciones de mercado que tengan un mayor potencial de compra o solicitar el servicio, convirtiéndose en un conjunto de clientes que requieren ser atendidos.

En el presente caso, se realiza la siguiente segmentación:

1.1.3.1 Segmentación geográfica. Para segmentar geográficamente los servicios que ofrecerá “DETAILING PRO”, se establece la ciudad de Cuenca. Sin embargo, no se descarta la posibilidad de ampliar el negocio y ofrecer los servicios en otras ciudades aledañas.

1.1.3.2 Segmentación demográfica. Al segmentar demográficamente el servicio de *detailing* vehicular, se toma en consideración clientes de género femenino o masculino, mayores de 18 años, que sean propietarios o no de algún medio de transporte y que tengan poder adquisitivo o capacidad de pago de los servicios. Asimismo, teniendo en cuenta los cinco tipos de estratificación del nivel socioeconómico según lo que establece el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador (2012), se considera que los posibles clientes pueden pertenecer a los Estratos Tipo A, B y C+ siendo familias que tienen acceso a educación, vivienda, vehículos, internet, dispositivos telefónicos, equipos domésticos, otros.

1.1.3.3 Segmentación conductual. Se tendrá en cuenta todas las personas, sin discriminación, que muestren el interés de proteger y conservar sus vehículos o medios de transporte, a través de una limpieza profunda y cuidadosa. Se tendrá en cuenta las preferencias que manifiesten los usuarios de las redes sociales, tanto en el lavado de los vehículos, así como mejorar la apariencia de sus coches y mantenerlos conservados por largo tiempo.

1.2 FODA

La matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es un análisis que se efectúa con la intención de establecer las posibilidades de enfrentar con éxito el entorno y alcanzar los objetivos de la idea de negocio (Molina & Salazar, 2023). Según Pizzi (2021) consiste en formar un cuadro situacional del objeto de estudio para diseñar las estrategias y acciones que el emprendedor debe seguir para lograr las metas y objetivos. A continuación, se hace una descripción del negocio en función del análisis FODA a la idea de negocio “DETAILING PRO”:

1.2.1 Fortalezas de la idea de negocio

1.2.1.1 Compromiso de la empresa con las prácticas sostenibles y ecológicas.

La idea de negocio se fundamenta en los principios de sostenibilidad y responsabilidad ecológica, porque se plantea aplicar métodos y procesos que no perjudican el medio ambiente. Se establece el compromiso de la empresa con la naturaleza y el entorno, entendiendo el desafío actual de contribuir a la conservación del medio, integrando a su vez consideraciones éticas, sociales y ambientales. Se considera una fortaleza para la empresa “DETAILING PRO” el compromiso con el medio ecológico, al estar ubicada en la ciudad de Cuenca, siendo esta una de las ciudades turísticas más importantes del país, con gran afluencia de personas lugareños y visitantes, donde preservar la limpieza de la naturaleza, ofreciendo un servicio de calidad sin comprometer los recursos del entorno natural.

1.2.1.2 Integralidad de los servicios. La idea de negocio “DETAILING PRO” se plantea ofrecer un servicio integral que supere las expectativas de los clientes, partiendo de una atención de calidad y esmero por resultados eficientes. El detailing completo de los vehículos, combinará no solo limpieza a nivel exterior sino también interior, pudiendo variar dependiendo de lo que requiera o exija el cliente. Se ofrecerá servicio de lavado, encerado, pulido, descontaminación de pintura, limpieza de partes externas, partes internas, de asientos, eliminación de manchas, desengrase, brillo, entre otros.

1.2.1.3 Servicios Especializados. La idea de negocio “DETAILING PRO” ofrecerá un servicio especializado, con equipos y máquinas que respondan a los niveles de calidad que se esperan. Es por ello, que se planifica la adquisición de equipos y máquinas que permitan realizar un servicio que garantice el cuidado del vehículo y todas sus partes,

además de agregar valor a cada una de las técnicas de limpieza, con una mano de obra calificada que maneje adecuadamente cada máquina en coherencia con la responsabilidad y la calidad de servicio y atención al público.

1.2.1.4 Infraestructura. Una de las principales fortalezas es que “DETAILING PRO” cuenta con estructura física donde operar, es decir, que ya se cuenta con el espacio en el cual se realizarán los servicios en un lugar céntrico de la ciudad, lo cual representa una ventaja competitiva, en comparación a otras empresas que ofrecen servicios parecidos de lavado de vehículo en la zona. La empresa estará ubicada en una zona con fácil acceso para los clientes o interesados en recibir el servicio, siendo su ubicación en la avenida César Dávila Andrade y Gonzalo Cordero en el centro de Cuenca, considerándose una ventaja en la idea de negocio.

1.2.1.5 Personal capacitado en detailing de vehículos. Otra de las fortalezas de “DETAILING PRO” es la calidad de la mano de obra, es decir, se planifica la contratación de personal calificado que conozca sobre los servicios de *detailing* vehicular, el manejo de las máquinas y demás insumos requeridos para responder a las necesidades y exigencias de los clientes. Además, se planifica contratar personal en el área administrativa que tenga conocimientos operativos en concordancia con las exigencias de la empresa.

1.2.2 Oportunidades de la idea de negocio

1.2.2.1 Mercados potenciales para la apertura a futuro de otros locales en provincias aledañas. La apertura de otros negocios con el mismo objeto o actividad económica, es una oportunidad para “DETAILING PRO” al ser un servicio que no es muy común en el sector, innovador que puede extenderse a otras zonas. Se espera que en el transcurso de dos o tres años, se cuente con la oportunidad de ofrecer los servicios en otros lugares.

1.2.2.2 Tendencia al cuidado vehicular que permita adicionar servicios y productos. Se considera como una oportunidad que “DETAILING PRO” ofrezca en el mediano o largo plazo, la venta de productos o accesorios para vehículos, bicicletas, motos y otros similares, incrementando la participación en el mercado y su competitividad.

1.2.2.3 Poca competencia en la zona en servicio *detailing* vehicular. En el sector en que se iniciará “DETAILING PRO” no existen otras empresas que ofrezcan los servicios; si se cuenta con empresas de servicios de lavado simple de vehículos pero sin mayores servicios detallados como los que se espera ofrecer a través de la idea de negocio. De esta manera, la poca competencia es una ventaja que beneficiará a la empresa al ser uno de los pioneros en este tipo de servicios de lavado automotriz, innovando en el servicio y creando una mayor expectativa de crecimiento y desarrollo a los habitantes de Cuenca.

1.2.2.4 Aumento del parque vehicular en Cuenca. Según información suministrada por Beltrán (2023) para finales del año 2022 en las calles de la ciudad de Cuenca transitaban alrededor de 145.000 vehículos, presentando un crecimiento del parque automotor entre 4% y 5% esto se convierte en una oportunidad para “DETAILING PRO” para su fortalecimiento en el mercado y competitividad.

1.2.3 Debilidades

1.2.3.1 Personal limitado. Inicialmente, no se contará con un alto número de personal, sino que se contratará talento humano para cubrir los puestos de trabajo mínimos requeridos. Se considera una debilidad que puede afectar el desenvolvimiento de las operaciones en el supuesto caso de que la demanda sea más alta de lo que se prevea. No obstante, se proyecta aumentar el número de personal de ser necesario, en el mediano o largo plazo.

1.2.3.2 Disponibilidad de recursos financieros. Se considera una debilidad no disponer de recursos económicos en valores altos para iniciar el negocio con un mayor número de personal y maquinarias, sin embargo, no se detendrá la puesta en marcha del negocio.

1.2.3.3 Acceso a la tecnología. El acceso a equipos tecnológicos sofisticados se muestra como una debilidad, no obstante, se considera que cuando la empresa se ponga en marcha, se podrá gestionar la adquisición de equipos y máquinas para mejorar los servicios de la empresa.

1.2.4 Amenazas

1.2.4.1 Problemas de inseguridad nacional. La situación delincriminal e inseguridad social ha generado un clima de preocupación en las personas, así como en los

dueños y propietarios de negocios. Por tanto, se consideran una amenaza los problemas relacionados con actos delincuenciales que pueden afectar el normal desenvolvimiento de las actividades, para lo cual será necesario tomar las prevenciones necesarias de resguardo y seguridad del establecimiento y las propiedades de los clientes.

1.2.4.2 Cortes eléctricos y de agua a nivel nacional. En la actualidad, los cortes eléctricos han producido una disminución de las actividades comerciales en muchas provincias del país, interfiriendo en la cotidianidad de las personas. En muchas zonas, ante la falta de electricidad, también se afecta el servicio de agua, siendo dos factores esenciales en las operaciones de la empresa.

1.2.4.3 Ingreso de nuevos competidores. Al ser un servicio innovador puede resultar atrayente para nuevos emprendedores, incrementándose la participación en el mercado de nuevas empresas que ofrezcan *detailing* de vehículos.

1.2.4.4 Aumento de los costos de los insumos y materiales a utilizar. El aumento de los precios de los productos de limpieza y demás a utilizar en los servicios de *detailing*, puede resultar una amenaza el aumento de los precios, resultado de la inflación y otras causas económicas.

1.2.4.5 Limitación para adquisición de productos especiales utilizados en servicios *detailing*. Se considera una amenaza no contar con proveedores suficientes de productos de limpieza especiales que se utilizan para realizar los lavados a profundidad en los vehículos, tanto en las partes externas como internas, lo cual puede afectar el desarrollo de las operaciones principales de la empresa.

1.3 Cinco fuerzas de Porter

El análisis PORTER, permite a los emprendedores tener una apreciación del nivel de competencia que puede tener la empresa en el entorno en el que va a funcionar, es decir, de qué manera está preparada la empresa para enfrentar a la competencia y responder a las exigencias del entorno (Gómez, 2022).

La herramienta fue creada por Michael Porter en el año 1979, y facilita desarrollar las más adecuadas estrategias de negocios siendo de gran utilidad en el éxito de la empresa (Porter, 2021). La finalidad principal es lograr reunir toda la información suficiente y necesaria que le permita a la empresa conocer las posibles barreras, dificultades y oportunidades teniendo en cuenta las amenazas de nuevos competidores, el poder de

negociación de los clientes, las amenazas de servicios sustitutos, el poder de negociación de los proveedores y la rivalidad de competidores existentes.

Para analizar las cinco fuerzas de PORTER se tomó en consideración los niveles bajo, medio y alto de influencia de la fuerza, en el funcionamiento de la empresa. A continuación, se describen los cinco elementos que permiten conocer el entorno externo para “DETAILING PRO”:

1.3.1 Amenazas de Nuevos Competidores

Señaló Escudero (2023) que analizar las amenazas de nuevos competidores, le permite al emprendedor tomar acciones al prever el posible ingreso al mercado de nuevas empresas que quieran ofrecer el mismo servicio. En el presente caso, el ingreso de nuevos emprendedores al mercado de *detailing* vehicular en la ciudad de Cuenca, se considera una amenaza que puede afectar las metas de posicionamiento de “DETAILING PRO”, especialmente si ofrecen los mismos servicios. De esta manera, se considera una amenaza con una fuerza media baja. Por tanto, para minimizar esta amenaza o riesgo, se tendrá en consideración:

- Si las nuevas empresas presentan niveles alto de diferenciación en los servicios y los productos que ofrecen, acompañados de calidad e innovación, puede significar una amenaza alta para “DETAILING PRO”.
- Si las nuevas empresas implementan el uso de redes sociales, ampliando las posibilidades de contacto directo con los clientes, puede transformarse en una amenaza alta.
- Si las nuevas empresas tienen la posibilidad de invertir en planes de marketing y publicidad para captar la atención de una mayor cantidad de clientes, puede significar un riesgo medio para la empresa “DETAILING PRO”.

1.3.2 Poder de Negociación de los Clientes

El poder de negociación de los clientes, se refiere a la capacidad que tienen los clientes de influir en el precio de los servicios (Navajo, 2023). En el presente caso, “DETAILING PRO” ofrecerá servicios en coherencia con la calidad y la garantía de un trabajo detallado y minucioso, caracterizado por la delicadeza y cuidado pertinente en cada uno de los medios de transportes en los cuales se realizarán los servicios. No obstante, puede darse el caso en que los clientes busquen forzar bajadas del precio del

servicio, solicitar que se les otorgue servicios extras, o comparar los precios de otras empresas con servicios similares. Sin embargo, al no existir una competencia alta, respecto al servicio de calidad que ofrecerá “DETAILING PRO” la empresa tendrá el poder de fijar los precios.

En estos casos la empresa se mantendrá clara en las estrategias de publicidad y marketing, la calidad del servicio ofrecido y los aspectos que lo diferencian de otros parecidos, con el propósito de convencer al cliente sobre la correcta decisión de elegir “DETAILING PRO” y que tiene un valor justo en los precios; se considera que el poder de negociación de los clientes tiene una fuerza media - alta.

1.3.3 Amenazas de Servicios Sustitutos

Para Navajo (2023) las amenazas de servicios sustitutos están relacionado con la posibilidad de que otras empresas ofrezcan productos o servicios similares en el corto, mediano o largo plazo. En este sentido, “DETAILING PRO” puede enfrentarse a otras empresas del mercado que ofrecen servicios similares en algún aspecto, por ser el *detailing* vehicular un servicio innovador, que está tomando auge en la actualidad. Algunas empresas sustitutas podrían ser lavadoras mecánicas que también ofrezcan el servicio de autolavado, representando una amenaza alta pudiendo ser un servicio que ofrezcan a precios más económicos.

No obstante, el servicio de una limpieza perfecta del vehículo o medio de transporte, guarda significativas diferencias con los servicios comunes de autolavado, que en su mayoría lo hacen de forma superficial o básica, sin utilizar equipos ni ejecutar procesos innovadores que garanticen un servicio detallado de limpieza y conservación de los vehículos y sus partes; se considera que esta amenaza es media – baja.

1.3.4 Poder de Negociación de los Proveedores

El poder de negociación de los proveedores puede darse cuando se concentran un alto número de estos en determinado sector y tienen la capacidad de organización y coordinación de precios de venta de los productos o servicios que ofrecen, influyendo de manera significativa (Escudero, 2023).

En el presente caso, “DETAILING PRO” cuenta con diversos proveedores de insumos de limpieza requeridos para llevar a cabo sus operaciones, no se considera que tengan el poder de negociación fuerte, porque en el mercado de lavado de vehículos, los

1.3.5.1 Garage Detail.ec. Esta empresa ofrece servicios de limpieza, restauración y estética automotriz. Se encuentra ubicada en Av. primero de mayo, y, Cuenca 010101, Ecuador (Garage Detail, 2024)

Figura 3

Logo empresa Garage Detail



Fuente: Obtenido de Garagedetail (2024)

1.3.5.2 Bwax Professional Detailing. Esta empresa que ofrece el servicio de recubrimiento en cerámica y limpieza integral de vehículos. Se encuentra ubicada en Rafael Aguilar, y km 1, Cuenca, Ecuador (Bwax Professional Detailing, 2024).

Figura 4

Logo empresa Bwax Professional Detailing



Fuente: Obtenido de Bwax Professional Detailing (2024)

1.3.5.3 Auto Lavado D' \$1. Se trata de una empresa que ofrece el servicio de autolavado de vehículos, abrillantado, aspirado, desengrasado y quitabrea. Se encuentra ubicada en Av. J Andrade y Américas, Cuenca, Ecuador (Auto Lavado D' \$1, 2024).

Figura 5

Logo empresa Auto Lavado D' \$1



Fuente: Obtenido de Auto Lavado D' \$1 (2024)

1.3.5.4 Auto Detailer Studio. La empresa que ofrece recubrimientos con grafeno, tratamientos cerámicos, ppf, micro pulido profesional, detailing profesional, estética automotriz. Se encuentran ubicados en Sector Complejo de Totoracocha, Los Cayapas, Cuenca 010107, Ecuador (Auto Detailer Studio, 2024).

Figura 6

Logo empresa Auto Detailer Studio



Fuente: Obtenido de Auto Detailer Studio (2024)

1.3.5.5 Empresa Car Dr. Es una empresa que actualmente ofrece servicio de detailing que cuenta con un equipo técnico altamente capacitado, ofreciendo el servicio de autolavado con más de 20 años de experiencia en la ciudad de Cuenca. Se encuentra ubicado en la Av. De las Américas, Cuenca – Ecuador (Car Dr., 2024).

Figura 7

Logo empresa Car Dr.



Fuente: Obtenido de Car Dr. (2024)

Estos competidores son los más destacados en la ciudad de Cuenca, entre otros que en su mayoría ofrecen el servicio de autolavado básico o simple, sin detallado ni limpiezas a profundidad, lo cual coloca a “DETAILING PRO” en una posición ventajosa.

Se considera que la rivalidad entre competidores existentes es media-alta, teniendo en cuenta la competencia en precios, donde algunos clientes quizá opten por servicios más económicos. No obstante, la ciudad de Cuenca se caracteriza por ser una de las ciudades con la mejor calidad de vida del país, con un atractivo turístico relevante y un nivel de organización y alta movilización de personas y vehículos, representando una ventaja para la “DETAILING PRO”.

1.3.6 Resumen de las Fuerzas de PORTER

En la Tabla 1 se muestra un resumen de las fuerzas de PORTER en torno a la idea de negocio:

Tabla 1

Resumen de las Fuerzas de PORTER para Detailing Pro

Fuerza	Clientes	Proveedor	Impacto
Poder de negociación de los clientes	Personas propietarias de carros, motos, bicicletas, otros similares.		Medio - Alto
Poder de negociación de los proveedores		Empresas que ofrecen insumos y materiales	Medio-Bajo

	de limpieza para vehículos	
Amenaza de Nuevos Competidores		Medio-Bajo
Análisis de rivalidad entre competidores		Medio-Alto
Amenaza de productos sustitutos		Medio-Bajo

1.4 Análisis PESTEL

Según explica Fouad (2023) la descripción del entorno permite conocer sobre el atractivo y la dinámica de servicio que se busca brindar con la puesta en marcha de la idea de negocio; este tipo de análisis también se complementa con una investigación documentada, que sirve para informar al emprendedor sobre actividades que le ayudarán a tomar decisiones respecto a inventarios, compras, expansión, fuerza laboral, otros.

En el presente caso, para describir el entorno del mercado, se hace referencia a los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales, que pueden tener influencia en el desarrollo de las operaciones de la empresa. Para ello, se describe a continuación, cada uno de los componentes del análisis PESTAL:

1.4.1 Factores Políticos

La situación política del país puede representar un factor que incide en diversos aspectos de la dinámica social y económica; para algunos analistas políticos, los casos de inseguridad que se han dado en el país durante los últimos años, han sido resultado de las malas políticas aplicadas desde los entes gubernamentales, generándose una incertidumbre casi constante que afecta la tranquilidad y normal desenvolvimiento de las actividades económicas en todo el territorio nacional (Banco Mundial, 2023).

Desde el ámbito político, Ecuador enfrentan grandes desafíos, que van desde una inseguridad nacional que conlleva a la intranquilidad de sus moradores, restricciones de liquidez y déficit de financiamiento a nivel de la administración pública, a lo que ahora se une la crisis energética, provocando limitaciones en el suministro del servicio eléctrico a nivel nacional, con la finalidad de contrarrestar las sequías más fuertes de los últimos

años. Este tipo de situaciones pueden afectar el normal desarrollo de las operaciones de “DETAILING PRO”, no obstante, se espera que la situación de restricción energética se supere en los próximos meses.

1.4.2 Factores Económicos

En el aspecto económico, el desempleo ha provocado que muchas familias ecuatorianas disminuyan las posibilidades de adquirir una mayor calidad de vida, así como también se ha visto afectado el poder adquisitivo (INEC, 2023). Las actividades comerciales han mostrado una desaceleración sustancial como resultado de los casos de inseguridad, pero en los últimos meses esto se ha complicado aún más con las restricciones energéticas, afectando sin duda alguna, todas las actividades a nivel nacional (Statista, 2024).

La situación económica del país ha representado una disminución del producto interno bruto en los últimos años, no obstante, a nivel mundial Ecuador se considera como una economía emergente, conformada por distintos servicios; por tanto, se espera que la puesta en marcha de la idea de negocio, pueda darse sin más complicaciones que las comunes que enfrentan los emprendedores.

1.4.3 Factores sociales

Desde el punto de vista social, actualmente la población ecuatoriana enfrenta una situación de pobreza y disminución de sus ingresos, de acuerdo con lo que señalan los indicadores de pobreza y desigualdad publicados por el INEC (INEC, 2024). En publicaciones realizadas por el INEC, el porcentaje de pobreza por ingresos en las familias ecuatorianas a nivel nacional, llegó a 25,5% para el mes de junio de 2024 disminuyendo en 1,5 puntos, respecto a junio de 2023 cuando se ubicó en 27%.

1.4.4 Factores Tecnológicos

El acceso a la tecnología ha aumentado en Ecuador en los últimos 10 años, representando oportunidades a nivel educativo tras el uso de las TIC's, así como también las familias ha aumentado el número de dispositivos telefónicos en sus hogares, laptops, computadoras, internet, otros. Un 83,6% de la población tiene acceso a internet y un 99,3% a redes sociales (Branch, 2024). Estas estadísticas se consideran positivas para la

puesta en marcha del negocio, porque permitiría la divulgación de los servicios que ofrecerá “DETAILING PRO” de una manera rápida y mayor número de personas.

Las innovaciones tecnológicas relacionadas con maquinarias de lavado de automóviles han representado cambios significativos en el sector, generando consigo una mayor calidad y personalización, así como también contribuyendo a una mayor sostenibilidad y rentabilidad de los negocios. No obstante, en Ecuador no se cuenta con proveedores suficientes que permitan la adquisición de estas máquinas a precios más accesibles, sino que en algunas oportunidades debe recurrirse a la importación de estas.

1.4.5 Factores Ambientales

Las restricciones a nivel medioambiental han sido políticas aplicadas en el país desde hace varios años, con el propósito de mantener un medio ambiente seguro, limpio y confiables, que garantice el cuidado de los ríos, el mínimo uso de pesticidas y aguas residuales no tratadas, entre otros.

A nivel empresarial, las compañías deben garantizar llevar a cabo actividades en concordancia con la responsabilidad social empresarial, como parte del compromiso que debe tener el sector industrial con la conservación del medio ambiente. En este aspecto, “DETAILING PRO” tomará las acciones pertinentes para dar cumplimiento a lo que señalan las leyes ambientales del país, para contribuir a un mejor entorno natural y cuidado.

En la actualidad, el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica de Ecuador, promueve el Plan Nacional de Mitigación del Cambio Climático periodo 2024 – 2070, como una estrategia a largo plazo, con el propósito de lograr un futuro sostenible con bajas emisiones de gases de efecto (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2024).

1.4.6 Factores Legales

En el país se cuenta en primer lugar con la Constitución de la República del Ecuador, seguida de un conjunto de normas legislativas que regulan el funcionamiento de las empresas. Se dispone de una legislación que busca defender el cuidado del ambiente y la naturaleza, entre estas: el Código de la Salud, la Ley de Gestión Ambiental, la Ley de Aguas, el Código de Policía Marítima y las demás leyes. De igual forma, en cuanto al funcionamiento de empresas, se debe atender a lo que señala la Ley de Compañías, Ley

Orgánica de Emprendimiento e Innovación, el Código del Trabajo, Ley de Seguridad Social, Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, entre otras relacionadas.

1.5 Investigación de mercado

Para realizar la investigación de mercado se hace una revisión al contexto local relacionado con los servicios de *detailing* vehicular y autolavado, así como los factores que pueden incidir en el funcionamiento de la empresa. Para ello se aplica entrevistas y encuestas a una muestra de emprendedores y conductores respectivamente, previa definición del diseño de investigación y técnicas de recolección de información.

1.5.1 Objetivo de investigación de mercado

Como objetivos de investigación de mercado se plantean los siguientes:

- Conocer la demanda del servicio de *detailing* en la ciudad de Cuenca.
- Obtener información sobre las preferencias de los clientes respecto a los servicios *detailing* en la ciudad de Cuenca.
- Indagar sobre los horarios y días en que frecuentemente los encuestados acuden a realizar servicios *detailing* a sus vehículos.
- Consultar sobre los aspectos más relevantes para los clientes al momento de recibir el servicio de *detailing* vehicular.

1.5.2 Metodología

Se emplea un enfoque mixto que combina la recopilación de datos descriptivos del entorno con información relevante sobre la oferta y la demanda del mercado local, para efectuar un análisis cualitativo y cuantitativo de los resultados. Se utiliza entrevistas, encuestas y datos de fuentes secundarias como el INEC y el Banco Central de Ecuador para obtener información pertinente al tema.

Se lleva a cabo la recolección de datos a través de una encuesta estructurada y la consulta de datos de fuentes secundarias pertinentes, centrándose en aspectos como preferencias de consumo, competencia en el mercado local y tendencias económicas. Los datos recopilados se analizan utilizando métodos estadísticos y técnicas de análisis cualitativo para evaluar la viabilidad del negocio propuesto, identificar oportunidades y posibles obstáculos, y determinar la demanda potencial del producto o servicio.

Para realizar la investigación cualitativa, se efectúa entrevistas a 6 emprendedores de la ciudad de Cuenca, a quienes se les realiza tres preguntas vinculadas a las experiencias como emprendedores en el servicio detailing, cuyas respuestas son registradas y analizadas. Los entrevistados prefirieron mantener sus nombres en el anonimato para efectos de esta investigación por razones de seguridad, por lo tanto, se identifican como Entrevistado 1, Entrevistado 2; Entrevistado 3, Entrevistado 4, Entrevistado 5 y Entrevistado 6.

Asimismo, para llevar a cabo la investigación de mercado, se realiza una encuesta a 384 conductores de la ciudad de Cuenca, con el propósito de conocer sus preferencias en cuanto al servicio de detailing vehicular. La encuesta consta de diez planteamientos, cuyos resultados son tabulados y graficados para una mayor comprensión de los datos.

1.5.3 Investigación Cualitativa

A continuación, se muestran los resultados de entrevista realizada a seis emprendedores de la ciudad de Cuenca, a quienes se les realizó tres preguntas relacionadas con el funcionamiento del negocio de detailing vehicular, siendo estas las siguientes:

1. De acuerdo a su experiencia ¿El servicio de detailing vehicular tiene alta receptividad en la ciudad de Cuenca?
2. ¿Considera que su empresa ha logrado la rentabilidad esperada a través de los servicios de detailing vehicular?
3. Según su experiencia ¿Qué aspectos deben tenerse en cuenta para iniciar un negocio de detailing de vehículos en la ciudad de Cuenca?

Tabla 2*Entrevista a emprendedores de la ciudad de Cuenca - Detailing Vehicular*

Entrevistado	Pregunta 1. De acuerdo a su experiencia ¿El servicio de detailing vehicular tiene alta receptividad en la ciudad de Cuenca?	Pregunta 2. ¿Considera que su empresa ha logrado la rentabilidad esperada a través de los servicios de detailing vehicular?	Pregunta 3. Según su experiencia ¿Qué aspectos deben tenerse en cuenta para iniciar un negocio de detailing de vehículos en la ciudad de Cuenca?
Entrevistado 1	Como todo negocio tiene sus altas y bajas, pero si es un servicio requerido por muchos clientes, especialmente por tratarse de algo novedoso en el ámbito de autolavado.	Teniendo en cuenta la situación actual del país y la economía tan afectada, es difícil lograr quizá la rentabilidad deseada, pero mientras haya solicitud del servicio y clientes con necesidad de conservar sus vehículos en buenas condiciones, el negocio se mantiene en pie.	Creo que todo negocio debe iniciar con una buena planificación de los recursos, Cuenca es una ciudad muy dinámica, muchos negocios prosperan en esta ciudad, siempre que el asunto político y económico mejore, es una oportunidad de crecimiento.
Entrevistado 2	Si, considero que la receptividad a los servicios de detailing han sido muy positiva, aun con las circunstancias actuales en el país, las personas buscan mantener sus vehículos en buen estado.	Los servicios detailing pueden generar buen ingreso, son servicios que facilitan la recuperación de la inversión, pero el factor económico más el asunto de la energía eléctrica, tiene sus complicaciones para el negocio.	Estudiar la zona y los proveedores, es importante contar con buenos proveedores que ofrezcan productos de calidad, eso repercute en el servicio que ofreces, especialmente por tratarse del cuidado de piezas de los vehículos o todo en sí.

Entrevistado 3	La receptividad es buena, creo que también depende de la calidad con la que hagas el servicio	En términos generales el establecimiento se mantiene en marcha, se espera siempre lograr la mayor rentabilidad, pero los costos juegan un papel importante y es necesario mantener buenos controles para no generar pérdidas.	Considero que en primero lugar, contar con un plan de inversión, averiguar costos y gastos, y proyectarse si la idea del negocio será rentable, tiene que considerar el lugar donde funcionará el negocio, la demanda, los precios que maneja la competencia, todo esto influye en que los resultados sean positivos o negativos.
Entrevistado 4	Si la receptividad del servicio en Cuenca es buena, de pronto en una situación económica nacional las circunstancias mejoran, pero si es buena.	Se espera que toda empresa alcance la máxima rentabilidad, pero siempre hay situaciones que afectan el funcionamiento, cosas que no dependen directamente de nosotros, por ejemplo, esto de los cortes eléctricos ha incidido considerablemente, esperamos que pronto se solvente.	Uno de los principales aspectos es la situación que está atravesando el país, sin embargo, es saber manejarse en el mercado, minimizando los costos y buscando ofrecer un buen servicio para no perder competitividad.
Entrevistado 5	Si el detailing es un servicio que busca la perfección en la limpieza del vehículo, esto a su vez ayuda a una mayor conservación del mismo, todo lo cual ha sido bien	En realidad, la rentabilidad puede ser mejor, pero ya la situación económica de las personas, algunos clientes no pueden cancelar un servicio con mayores	El factor precios y costos es importante tener en cuenta, de esto puede depender que la empresa tenga un funcionamiento continuo, igual se debe estar preparado para enfrentar

	recibido por los clientes y público en general, es decir, pagan por un buen trabajo.	complejidades, pero lo importante es mantenerse y esperar que todo mejore.	eventualidades que las hay y diarias, pero el riesgo siempre va a estar.
Entrevistado 6	Considero que lo importante es mantenerse constante en las metas que se esperan lograr, pero ofreciendo un buen trabajo y servicio, el servicio de autolavado en Cuenca a proliferado bastante, pero el detailing siempre requiere mayor dedicación y ha tenido buena receptividad en el mercado.	Si, en algunos meses se logra una rentabilidad aceptable, así como también existen otros en los que la rentabilidad es muy baja, se requiere manejar muy bien los recursos para seguir ofreciendo el servicio y no cerrar las puertas.	La situación económica en todo el país actualmente es de cuidado, pero siempre se espera que haya una recuperación de la economía con una política buena, mientras tanto es necesario saber manejar costos, si estos se elevan hay que aplicar estrategias para no caer en pérdidas.

Análisis General de los Resultados de las Entrevistas

Se realizó una primera interrogante a los emprendedores entrevistados donde se les preguntó si de acuerdo a la experiencia, el servicio de detailing vehicular tiene alta receptividad en la ciudad de Cuenca. De acuerdo con las respuestas ofrecidas por los emprendedores en la ciudad de Cuenca, se pudo constatar que los servicios de detailing vehicular si tienen aceptación en el mercado, al tratarse de un servicio innovador para muchos conductores y que representa algo más que un simple lavado de vehículo. Según la experiencia de los emprendedores entrevistados, el servicio de detailing de vehículos en la ciudad de Cuenca ha arrojado resultados positivos para las empresas que se dedican a este tipo de servicios y opinan que en una situación país más estable económicamente, se pueden lograr mayores resultados.

Una segunda interrogante se enfocó en conocer si los emprendedores consideran que sus empresas han logrado la rentabilidad esperada a través de los servicios de detailing vehicular. Algunos de los entrevistados mencionaron la situación país, como uno de los aspectos que está afectando la rentabilidad de sus empresas, especialmente lo relacionado a los cortes de energía que actualmente se están efectuando a nivel nacional, lo que representa un riesgo para todo el sector productivo y comercial del Ecuador, no obstante, ante una solución a esta problemática, los servicios de detailing pueden ser servicios que generen buenos ingresos o una rentabilidad aceptable.

Por medio de la tercera interrogante se consultó a los emprendedores que de acuerdo con la experiencia empresarial mencionaran qué aspectos deben tenerse en cuenta para iniciar un negocio de detailing de vehículos en la ciudad de Cuenca. Dentro de las ideas principales en las respuestas ofrecidas por los entrevistados, señalaron la importancia de disponer de un plan de inversión o una planificación de lo que se quiere poner en marcha, esto a su vez le permitirá al futuro emprendedor tener una apreciación o proyección de los costos y gastos, así como de los posibles ingresos.

También, mencionaron la importancia de disponer de materiales o insumos de calidad para ofrecer un detailing garantizado, que los clientes puedan tener la confianza del trabajo realizado y el cuidado de su vehículo. Recomiendan, además, que es necesario estar preparados para eventualidades que se presentan a nivel nacional o local, por distintas situaciones políticas o naturales, con el propósito de minimizar pérdidas.

1.5.4 Investigación Cuantitativa

Se realizó encuestas a conductores de la ciudad de Cuenca con la finalidad de obtener información sobre las preferencias e intereses en el servicio de detailing vehicular. Para esto se determinó en primer lugar, la población de estudio; en opinión de Niño (2021) la población es el conjunto total de elementos que se van a estudiar u observar una o más características de interés para el investigador.

La población está representada por la cantidad aproximada de 64.199 conductores de carros particulares en la ciudad de Cuenca, según las estadísticas expuestas por Beltrán (2023) quien indicó que para finales del año 2022 en las calles de la ciudad de Cuenca transitaban alrededor de 64.000 conductores.

Posteriormente, se realizó el cálculo de la muestra; al respecto, Prieto (2023) indica que la muestra es el conjunto de medidas o el recuento de una parte de los elementos que conforman la población de estudio. En esta investigación la muestra se obtuvo realizando calculo muestral, utilizando los siguientes datos:

n: Tamaño de la muestra = X

N: Tamaño de la población = 64.199

% de error = 5%

Nivel de Confianza = 95%

Valor de tabulado = 1.96

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{d^2 (N - 1) + z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{64.199 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (64.199 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = 384$$

Se obtiene una muestra de 384 conductores de carros particulares a quienes se les realiza la encuesta relacionada con el tema de estudio; tal información permite conocer aspectos sobre la demanda del servicio.

El tipo de muestreo utilizado es no probabilístico por conveniencia definido por Cerda (2021) como un muestreo donde todos los elementos de la investigación tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. En esta investigación se realizó una selección

simple de 384 conductores que transitaron por distintas avenidas de la ciudad de Cuenca, a quienes se les realizó encuesta para conocer sus opiniones y expectativas en cuanto al tema principal de estudio.

De esta manera, para conocer la demanda de mercado, se realizó una encuesta a conductores que transitaron por distintas avenidas de la ciudad de Cuenca, como la avenida César Dávila Andrade y Gonzalo Cordero, Remigio Crespo, 10 de Agosto, Avenida Solano y Remigio Crespo, entre otras.

Para Echeverría (2020) la técnica de encuesta es un procedimiento que se utiliza en la investigación cuantitativa donde el investigador recolecta información a través de un cuestionario previamente elaborado y en algunos casos validado por expertos. En la presente investigación se aplicó una encuesta a conductores de la ciudad de Cuenca, con la finalidad de conocer información sobre las preferencias y experiencias con el servicio de *detailing* de vehículo. A continuación se muestra el formato de encuesta utilizado:

Encuesta dirigida a Conductores en la Ciudad de Cuenca

Objetivo de la encuesta: La presente encuesta tiene por finalidad conocer aspectos sobre la experiencia que han tenido los conductores de Cuenca, con los servicios de detailing vehicular. La información recolectada a través de esta encuesta será utilizada para dar cumplimiento a los objetivos metodológicos en ocasión al desarrollo de la Tesis de Grado titulada: Estudio de factibilidad para el negocio de detallado de vehículos en la ciudad de Cuenca “DETAILING PRO”, para ser presentada ante la Universidad del Azuay.

Por favor seleccione su respuesta:

Sexo:

Femenino _____ Masculino _____

Edad:

Entre 18 años y 25 años _____

Entre 26 años y 33 años _____

Entre 34 años y 41 años _____

Entre 42 años y 49 años _____

Más de 50 años _____

Por favor responda a los siguientes planteamientos

1. ¿Qué nivel de conocimiento tiene usted sobre los servicios de detailing vehicular?
 - Suficiente
 - Algo
 - Poco
 - Nada
2. ¿Tiene usted interés en recibir los servicios de detailing vehicular? *(En caso de ser positiva su respuesta, continúe al siguiente planteamiento; en caso de ser negativa su respuesta agradecemos su participación y se da por finalizado este cuestionario).*
 - Si
 - No
3. ¿Qué horario prefiere usted para solicitar el servicio de detailing a su vehículo?
 - Entre 8 am y 12 m
 - Entre 12m y 4pm
 - Entre 4pm y 6pm
4. De las siguientes opciones, ¿cuál sería de su preferencia para solicitar el servicio de detailing vehicular?
 - De Lunes a Viernes
 - Sábados
 - Domingos
 - Cualquiera de las opciones
5. ¿Con qué frecuencia usted considera que puede requerir los servicios de detailing vehicular?
 - Una vez al mes
 - Dos veces al mes
 - Tres veces al mes
 - Cualquiera de las opciones
6. ¿Cómo califica el precio por el servicio de detailing vehicular prestado actualmente por los establecimientos que se encuentran en la ciudad de Cuenca?
 - Costosos
 - Económicos
 - Razonables

7. De los siguientes aspectos, cuál (es) es más importante para usted al momento de recibir el servicio de *detailing* vehicular
- Calidad
 - Rapidez
 - Seguridad
 - Garantía

1.5.4.1 Resultados de Encuesta realizada a 384 conductores particulares en la Ciudad de Cuenca. A continuación, se dan a conocer los resultados de las interrogantes efectuadas a través de una encuesta a conductores particulares de la ciudad de Cuenca.

Género de los encuestados

Tabla 3

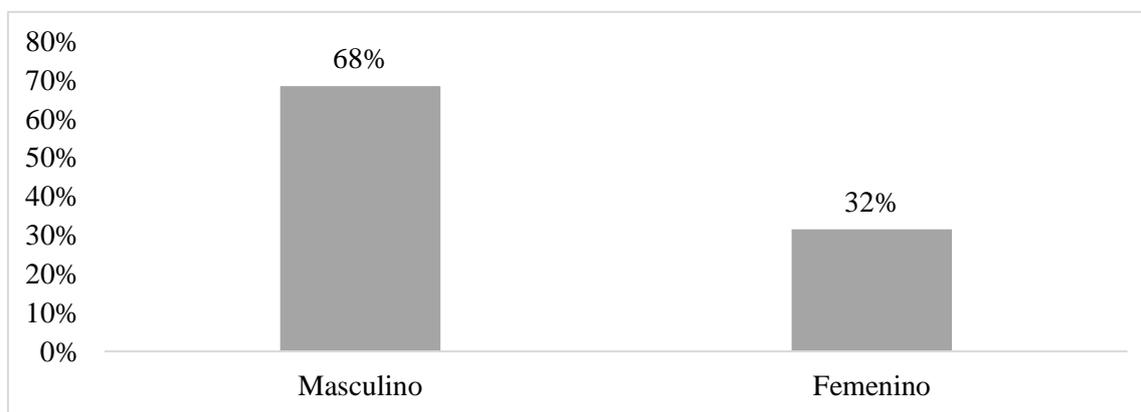
Género de los encuestados

Ítems	Frecuencia	%
Masculino	263	68%
Femenino	121	32%
Total	384	100%

Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

Figura 8

Género de los encuestados



Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

El mayor porcentaje de los conductores encuestados han sido de género masculino mientras que el menor de los encuestados ha sido de género femenino. Se observa una mayor participación del género masculino como conductores particulares.

Edad de los encuestados

Tabla 4

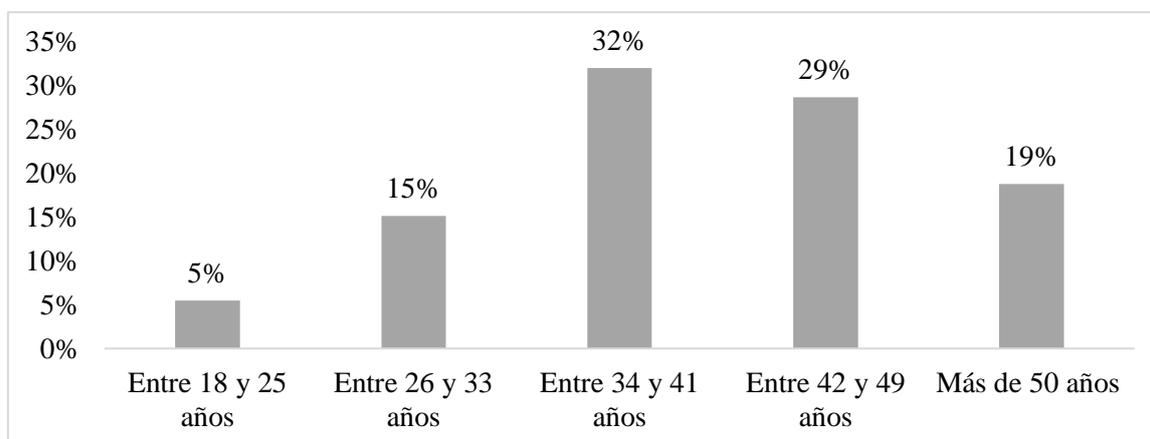
Edad de los encuestados

Ítems	Frecuencia	%
Entre 18 y 25 años	21	5%
Entre 26 y 33 años	58	15%
Entre 34 y 41 años	123	32%
Entre 42 y 49 años	110	29%
Más de 50 años	72	19%
Total	384	100%

Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

Figura 9

Edad de los encuestados



Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

El porcentaje más alto 32% de los encuestados señaló que tiene entre 34 y 41 años de edad; el 29% indicó que tiene edad entre 42 y 49 años; un 19% de los conductores tienen más de 50 años; un 15% se corresponde con edades entre 26 y 33 años y un 5% entre 18 y 25 años. Se aprecia que la mayoría de los conductores de vehículos particulares tienen edades entre 34 y 50 años de edad, siendo estas las edades en las que las personas comúnmente se encuentran realizando actividades laborales, trabajando de forma independiente o dependiente, estudiando o efectuando diversas actividades.

1. ¿Qué nivel de conocimiento tiene usted sobre los servicios de detailing vehicular?

Tabla 5

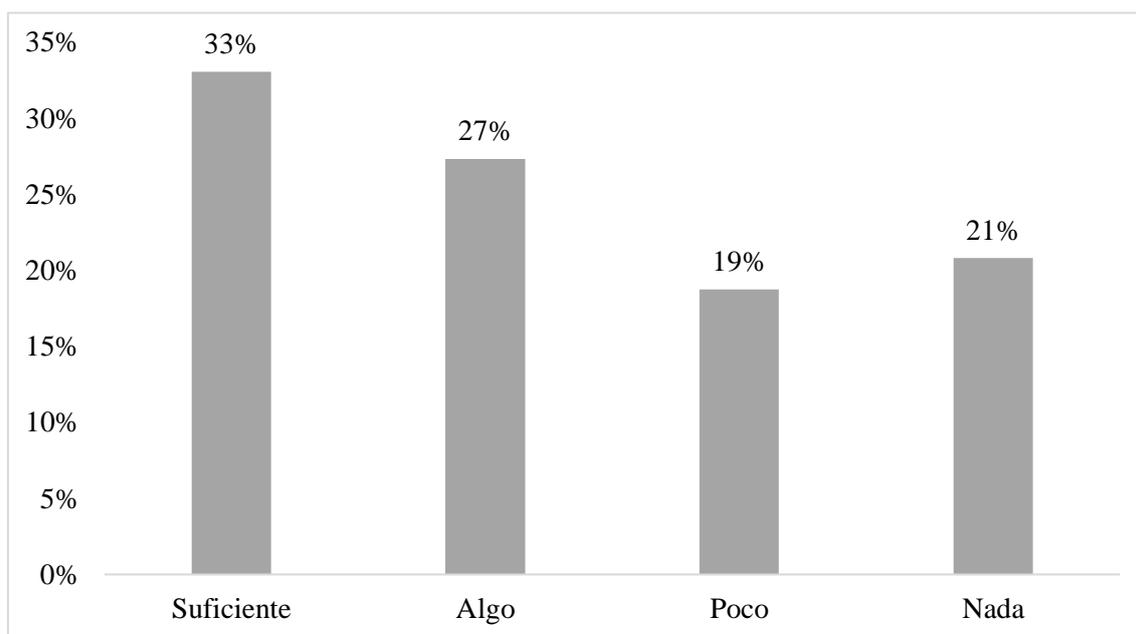
Nivel de conocimiento sobre los servicios de detailing vehicular

Ítems	Frecuencia	%
Suficiente	127	33%
Algo	105	27%
Poco	72	19%
Nada	80	21%
Total	384	100%

Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

Figura 10

Nivel de conocimiento sobre los servicios de detailing vehicular



Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

Se aprecia en la Figura 10 que el 33% de los conductores encuestados señalaron que tienen conocimiento suficiente sobre el servicio de detailing vehicular; el 27% indicó que tiene algo de conocimiento; el 21% señaló que no tiene nada de conocimiento y un 19% mencionó que tiene poco conocimiento sobre este servicio.

2. ¿Tiene usted interés en recibir los servicios de detailing vehicular? (*En caso de ser positiva su respuesta, continúe al siguiente planteamiento; en caso de ser negativa su respuesta agradecemos su participación y se da por finalizado este cuestionario*).

Tabla 6

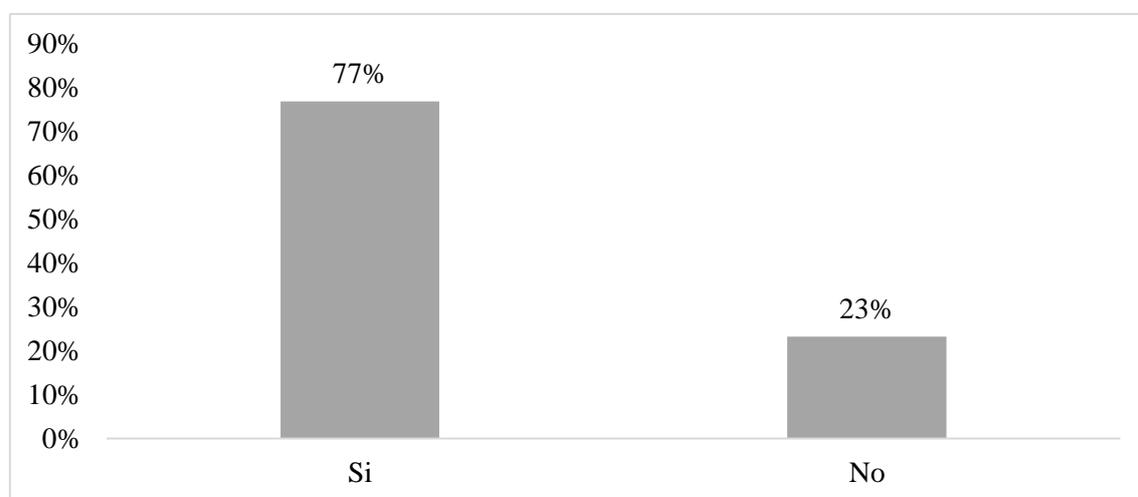
Tiene interés en los servicios de detailing vehicular

Ítems	Frecuencia	%
Si	295	77%
No	89	23%
Total	384	100%

Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

Figura 11

Tiene interés en los servicios de detailing vehicular



Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

El 77% de los conductores particulares encuestados, señalaron que si están interesados en conocer sobre los servicios de detailing vehicular, mientras que el 23% indicaron que no están interesados. Se puede observar que un alto porcentaje demuestra interés en el servicio, lo que tiene un alto significado para la puesta en marcha de “DETAILING PRO” al ser un servicio que tiene aceptación entre los conductores de Cuenca.

3. ¿Qué horario prefiere usted para solicitar el servicio de detailing a su vehículo?

Tabla 7

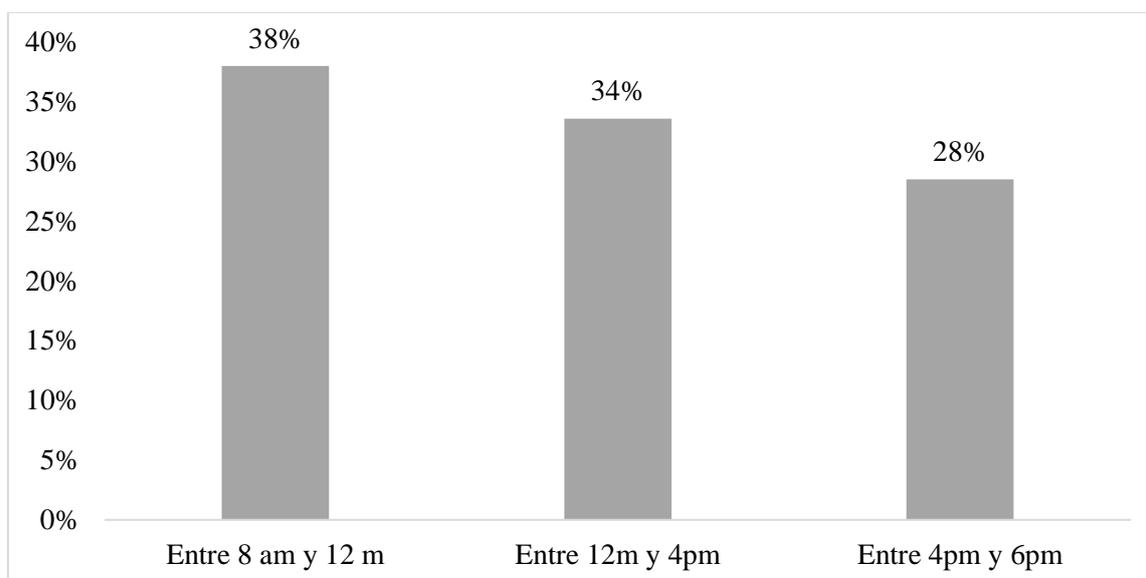
Horario de preferencia para solicitar el servicio de lavado al vehículo

Ítems	Frecuencia	%
Entre 8 am y 12 m	112	38%
Entre 12m y 4pm	99	34%
Entre 4pm y 6pm	84	28%
Total	295	100%

Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

Figura 12

Horario de preferencia para solicitar el servicio de lavado al vehículo



Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

En la Figura 12 se observa que 38% de los conductores, prefieren solicitar el lavado de su vehículo entre las 8am y 12m; el 34% indicó que prefiere solicitarlo entre 12m y 4pm y el 28% coincidió que el horario de 4pm a 6pm es de preferencia.

Se observa que la mayoría de los encuestados prefieren que sus vehículos sean lavados entre las 8am y 12m, siendo un horario donde aún se cuenta con la luz del día, lo que también puede considerarse un horario más seguro y comúnmente utilizado por la mayoría de los conductores para hacer este tipo de trámites. Sin embargo, un porcentaje similar prefiere hacerlo después de medio día y antes de las 4pm.

4. De las siguientes opciones, cuál sería de su preferencia para solicitar el servicio de detailing vehicular

Tabla 8

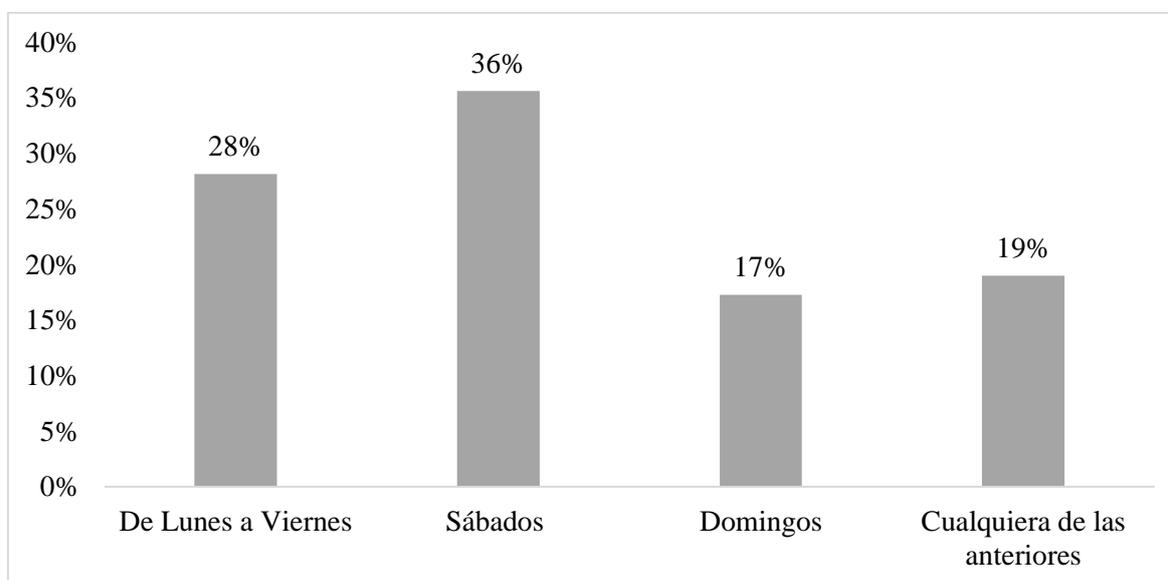
Días de preferencia para solicitar el servicio de lavado al vehículo

Ítems	Frecuencia	%
De Lunes a Viernes	83	28%
Sábados	105	36%
Domingos	51	17%
Cualquiera de las anteriores	56	19%
Total	295	100%

Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

Figura 13

Días de preferencia para solicitar el servicio de lavado al vehículo



Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

El 36% de los conductores encuestados señalaron que prefieren mandar a lavar su vehículo los días sábados; el 28% indicó que prefiere hacerlo en horarios de lunes a viernes; un 19% tildó la opción cualquiera de las anteriores y un 17% coincidió en que prefiere el servicio los días domingos.

Se obtuvo que la mayoría de los conductores particulares encuestados, prefieren solicitar el servicio de detailing los fines de semana, también un alto porcentaje considera que entre lunes y viernes es buena opción.

5. Con qué frecuencia usted considera que puede requerir los servicios de detailing vehicular

Tabla 9

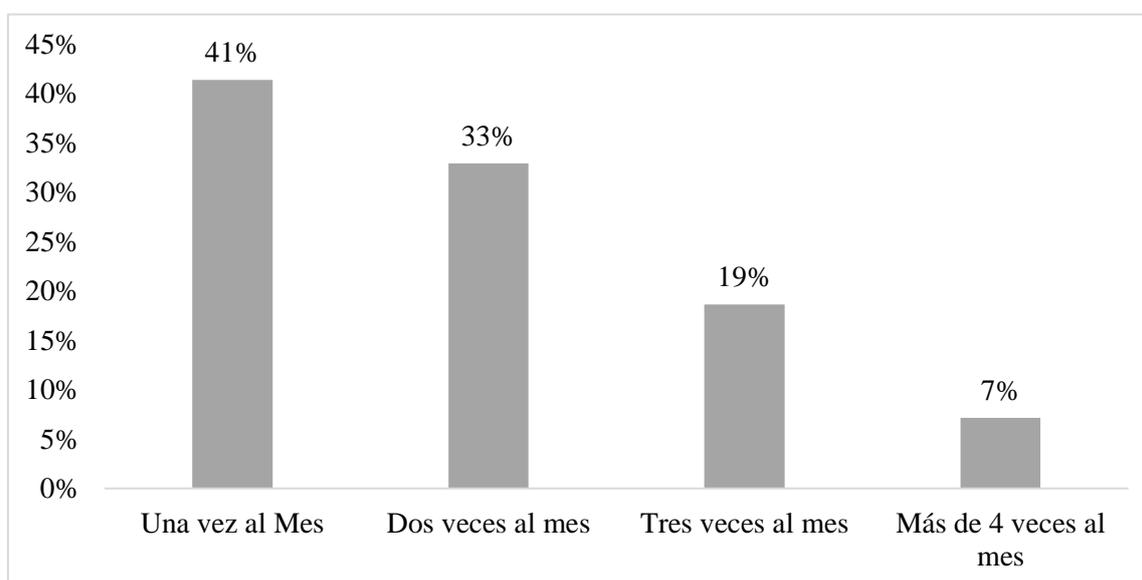
Frecuencia para requerir los servicios de detailing vehicular

Ítems	Frecuencia	%
Una vez al Mes	122	41%
Dos veces al mes	97	33%
Tres veces al mes	55	19%
Más de 4 veces al mes	21	7%
Total	295	100%

Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

Figura 14

Frecuencia para requerir los servicios de detailing vehicular



Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

El 41% de los conductores particulares encuestados señalaron que solicitarían los servicios de detailing una vez al mes; el 33% indicó que lo haría dos veces al mes; un 19% coincidió en que podría solicitar los servicios tres veces al mes y un 7% más de cuatro veces. Se observa que la mayoría de los encuestados podrían solicitar el servicio entre uno o dos veces al mes, lo cual permite realizar proyecciones de las ventas mensuales.

6. Como califica el precio por el servicio de detailing vehicular prestado actualmente por los establecimientos que se encuentran en la ciudad de Cuenca

Tabla 10

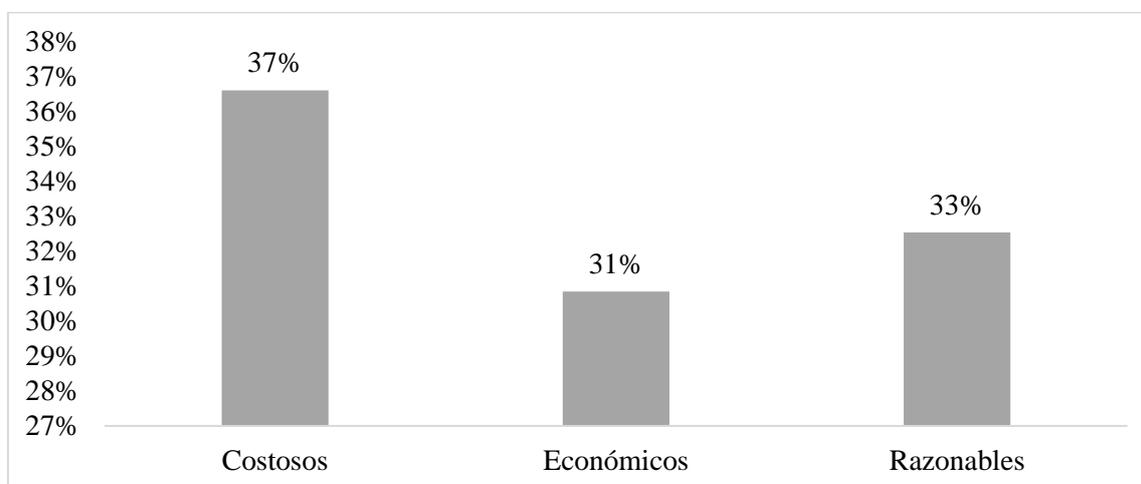
Como califica el precio por el servicio de detailing vehicular prestado actualmente

Ítems	Frecuencia	%
Costosos	108	37%
Económicos	91	31%
Razonables	96	33%
Total	295	100%

Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

Figura 15

Como califica el precio por el servicio de detailing vehicular prestado actualmente



Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

El 37% de los conductores encuestados coincidieron en que los precios que manejan actualmente las empresas que ofrecen los servicios de detailing vehicular, son muy costosos; el 33% consideró que son razonables, por lo que amerita el servicio y un 31% indicó que los precios son económicos.

Un alto porcentaje de los encuestados consideran que los precios que ofrecen actualmente otras empresas por servicio de detailing son costosos, sin embargo, un poco menos de los conductores encuestados opinaron que son económicos, lo cual se muestra como una oportunidad para “DETAILING PRO” a fin de establecer precios en concordancia con la calidad del servicio.

7. De las siguientes características, cuál es la más importante para usted al momento de recibir el servicio de detailing vehicular (Marque solo una, la de mayor importancia)

Tabla 11

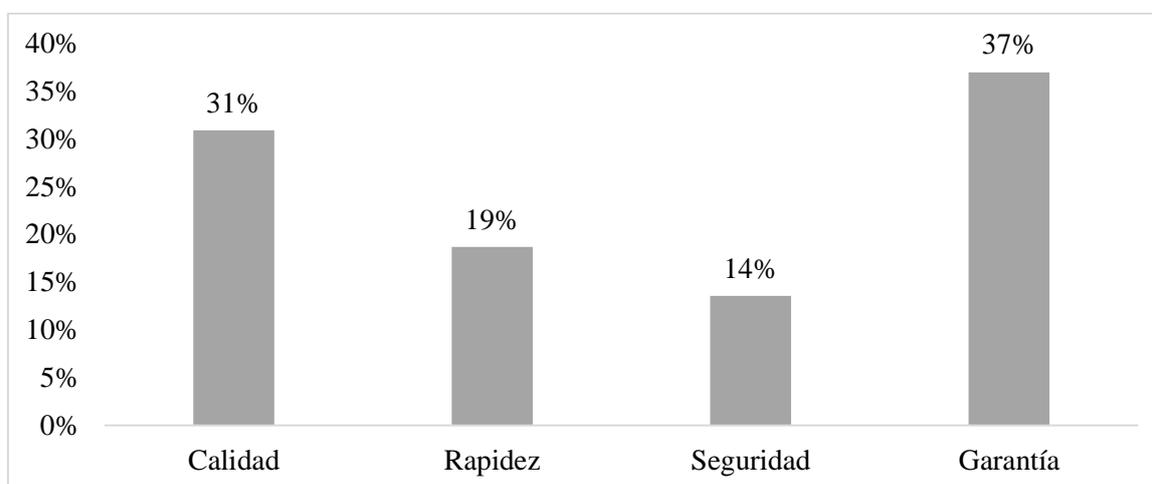
Característica más importante al momento de recibir el servicio de detailing vehicular

Ítems	Frecuencia	%
Calidad	91	31%
Rapidez	55	19%
Seguridad	40	14%
Garantía	109	37%
Total	295	100%

Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

Figura 16

Característica más importante al momento de recibir el servicio de detailing vehicular



Nota. Encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca

El 37% de los conductores encuestados señalaron que para ellos tiene mayor importancia la garantía del servicio; el 31% indicó que la calidad del servicio es uno de los aspectos más importantes; un 19% coincidió en que la rapidez en el servicio es lo más importante y el 14% mencionó que la seguridad.

Según las respuestas obtenidas, la mayoría seleccionaron la calidad y la garantía como aspectos más importantes en el servicio que reciben, seguido de la seguridad y la

rapidez. De esta manera, la empresa puede enfocar las estrategias de servicio para lograr una mayor aceptación en el mercado.

Análisis General de los Resultados de Encuesta

De acuerdo con las respuestas obtenidas en la encuesta realizada, un alto porcentaje de los conductores encuestados es de género masculino, con edades mayores a 34 años. Esta información es importante porque le permite a “DETAILING PRO” tener una apreciación de las características generales demográficas de la población objetivo. Asimismo, esta información contribuye a establecer estrategias de marketing dependiendo de la edad de la persona, empleando alternativas publicitarias que despierten el interés y la atención para adquirir los servicios de detailing vehicular (Arteaga & Puestas, 2023).

También se conoció que, un alto porcentaje de los encuestados mostró interés en realizar el servicio y lavado a sus vehículos, preferiblemente los fines de semana en horarios de la mañana, lo que es percibido como una comodidad para los usuarios del servicio al atender sus asuntos laborales o cotidianos en las primeras horas del día, incluyendo lo concerniente al lavado de sus vehículos. Esto también está influenciado por la situación de seguridad en el país, las personas prefieren hacer las diligencias en horarios diurnos para evitar riesgos en horas de la noche.

De igual forma, la mayoría de los encuestados consideran que dentro de los aspectos más relevantes al momento de recibir el servicio detailing, destacan la calidad y la garantía del servicio, seguido de la rapidez y seguridad. Es por ello que “DETAILING PRO” debe enfocar sus estrategias de servicio en brindar calidad en lo que se ofrece al cliente, a su vez la garantía representa un elemento que debe respaldarse con una buena atención, insumos o materiales de calidad, personal calificado para el detailing, entre otros.

Toda esta información facilita a “DETAILING PRO” conocer aspectos que caracterizan la demanda del servicio, lo cual contribuirá a enfocar con mayor claridad las estrategias de venta y publicidad, así como orientar el correcto funcionamiento interno del negocio, con la finalidad de brindar un servicio que supere las expectativas de los clientes.

CAPITULO 2

2. ESTUDIO DE RECURSOS Y PROVEEDORES

2.1 Identificación de equipos

La adquisición de equipos es otro aspecto esencial al momento de iniciar el funcionamiento de un negocio de Detailing. Para poner en marcha la idea de negocio, la empresa requiere de los siguientes equipos:

- Máquina de Vapor
- Aspiradora de agua
- Hidro lavadora
- Bombas de alta presión
- Elevador de vehículo
- Taladros eléctricos
- Pulidoras

Estos equipos cuentan con las siguientes características:

2.1.1 Máquina de Vapor

La máquina de vapor utiliza el vapor presurizado a alta temperatura de 212 °F para aflojar y disolver la suciedad, cortar la grasa, expulsar manchas y contribuye a desinfectar el vehículo (Stindustry, 2022). Estas máquinas cumplen una función muy importante porque no solo eliminan la suciedad, sino también gérmenes y bacterias que se alojan en distintas partes del vehículo.

Figura 17

Máquina de vapor para limpieza de vehículos



Fuente: Obtenido de Stindustry (2022)

2.1.2 Aspiradora de Agua/Polvo

Es una máquina diseñada para aspirar tanto líquido como polvo o sucio. Es muy utilizada en el proceso de lavado vehicular, siendo una de los principales equipos para ofrecer el servicio de detailing.

Figura 18

Máquina aspiradora de agua/polvo



Fuente: Obtenido de Importadora Vargas (2021)

2.1.3 Hidro lavadora industrial

Es una máquina diseñada para lanzar agua a altas presiones a través de una pistola que permite despegar suciedad y elementos sujetos a las paredes de los vehículos. Es esencial en los procesos de limpieza y detailing vehicular (Bpecuador, 2020).

Figura 19

Máquina Hidrolavadora industrial



Fuente: Obtenido de Bpecuador (2020)

2.1.4 Bombas de Alta Presión

La bomba de alta presión tiene la función de ejercer presión para que el agua pueda fluir suficientemente, es decir, impulsando el agua con fuerza, garantizando la calidad en el lavado (Taizhou Genour Power Machinery , 2020).

Figura 20

Bomba de alta presión



Fuente: Obtenido de *Taizhou Genour Power Machinery* (2020)

2.1.5 Elevador de Vehículo

El elevador hidráulico de pistón es especial para lavado vehicular, *carwash*, grifos. Esta máquina es silenciosa y opera con aire y aceite. Debe caracterizarse por ser muy resistente al agua además de garantizar el cuidado del vehículo (PSG Automotriz , 2024).

Figura 21

Elevador de vehículo



Fuente: Obtenido de PSG Automotriz (2024)

2.1.6 Taladro Eléctrico para Lavado de Autos

El taladro eléctrico es de mucha utilidad en el lavado de vehículos, se requiere que sea multifuncional, que permita la adaptación de distintos tipos de cepillos para poder cubrir la mayor cantidad de espacios posibles en el lavado (Sunsky, 2022).

Figura 22

Taladro eléctrico para lavado de autos



Fuente: Obtenido de Sunsky (2022)

2.1.7 Pulidora

Es una herramienta esencial para dar brillo a los vehículos, complementa el servicio de detailing sumando a la calidad del servicio (Promart, 2024).

Figura 23

Pulidoras



Fuente: Obtenido de Promart (2024)

2.2 Materia prima y recursos humanos

2.2.1 Materia Prima

La materia prima requerida para los servicios de detailing vehicular son los siguientes:

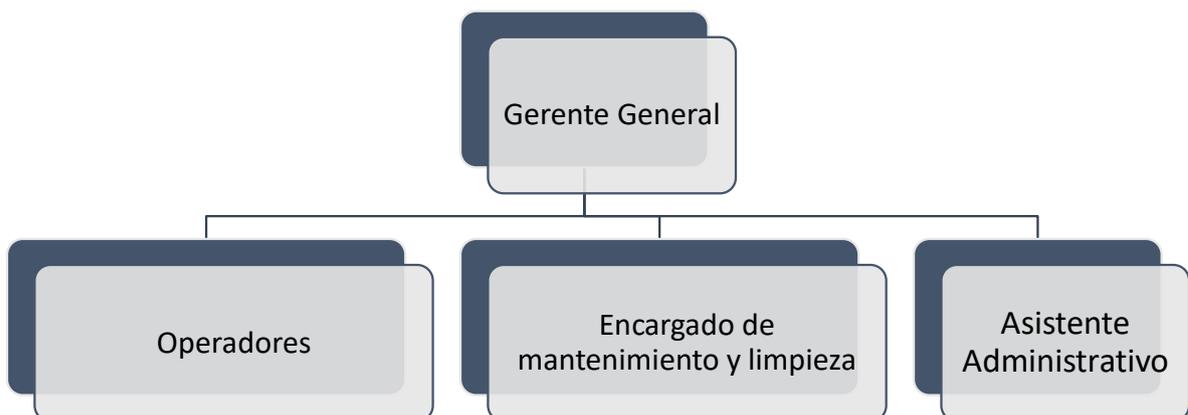
- Agua
- Shampoo para auto profesional
- Toalla de microfibra
- Guante para lavar auto
- Limpiador de llantas
- Abrillantador
- Espuma limpiadora
- Descontaminante férrico
- Cepillos o brochas
- Cera para auto

2.2.2 Recursos Humanos

El personal requerido para el funcionamiento de la empresa es el siguiente: Gerente General, Asistente administrativo, Operadores, Mantenimiento y limpieza. La estructura organizativa es funcional, lineal como se aprecia en la Figura 24:

Figura 24

Organigrama de la empresa DETAILING PRO



Fuente: Elaborado por el autor.

Entre las principales funciones que cumplirá este personal se desglosan las siguientes:

2.2.2.1 Funciones Gerente General. Tiene como función principal liderar todo el funcionamiento de la empresa, coordinando de manera general todas las áreas y procesos a fin de alcanzar las metas y objetivos empresariales. Se encarga de establecer las metas a corto, mediano o largo plazo relacionadas con la rentabilidad y crecimiento de las operaciones. Se encarga de supervisar las actividades realizadas en la empresa, así como el seguimiento al cumplimiento de los objetivos de calidad en el servicio de detailing ofrecido a los clientes.

2.2.2.2 Funciones de los operadores. Enjuagan objetos y los colocan en los estantes de secado o usan paños, aparatos para limpiar partes de los vehículos o compresores de aire para secar las superficies. Aplican pintura, tintes, betún, reacondicionadores, ceras o materiales para recubrir los vehículos y preservar, proteger o restaurar el color o estado de los vehículos. También limpian y pulen las ventanas de los vehículos y gestionan las cantidades específicas de productos químicos requeridos para mantener los niveles y concentraciones de la solución necesaria en los servicios de lavado vehicular.

2.2.2.3 Funciones del encargado de mantenimiento y limpieza. Se encargan de mantener en condiciones higiénicas el lugar de trabajo. También pueden lavar o limpiar cuando así se requiera, vehículos o automotores utilizando agua y materiales tales como agentes de limpieza, cepillos, paños y mangueras, otros. Asimismo, se encarga de vaciar los tachos de basura, separar los residuos según las normativas vigentes, promoviendo el reciclaje y el cuidado del medio ambiente.

2.3 Proveedores

Los proveedores están representados en personas o empresas que suministran a la empresa los recursos materiales e insumos necesarios para llevar a cabo las actividades y operaciones diarias. Al respecto, DETAILING PRO cuenta con algunas empresas que se encargan de distribuir en la ciudad de Cuenca productos requeridos para los servicios. Entre estas empresas se mencionan las siguientes:

2.3.1 Empresa Nelson & Nelson

La empresa Nelson & Nelson se dedica a ofrecer productos de alta calidad para el cuidado y mantenimiento automotriz, siendo uno de los principales distribuidores de los materiales requeridos en los servicios ofrecidos. Esta empresa se encuentra ubicada en Paucarbamba 6-191 y 10 de agosto, Cuenca, Ecuador. Dentro de los principales productos que ofrece se mencionan: ambientales, limpiadores, desengrasantes, cepillos para limpieza de vehículos, shampoo, atomizadores, aditivos y limpiadores, brillo y protección cerámica, productos para cuidado y corrección de pinturas en superficies, productos para embellecimiento de todas las áreas del vehículo.

Figura 25

Empresa Nelson & Nelson



Fuente: Obtenido de Nelson & Nelson (2023)

2.3.2 Empresa MegAlimpio

Esta empresa se encarga de distribuir productos que se utilizan en los servicios de limpieza y cuidado de los vehículos, siendo productos de calidad que generan confianza en su uso, se encuentra ubicada en la avenida Diez de Agosto y Cuenca, Ecuador. Dentro de los productos que distribuye se encuentran desinfectantes, desengrasantes, productos para sistemas de limpieza vehicular, dispensadores, equipos de seguridad industrial, entre otros.

Figura 26

Empresa MegAlimpio



Fuente: Obtenido de MegAlimpio (2023)

2.3.3 Empresa Koch-Chemie Ecuador

Es una empresa fabricante líder en innovaciones químicas, que proporciona un servicio de transporte global, además de suministrar productos utilizados en los servicios de detailing vehicular. La empresa se encuentra ubicada entre la calle A y 2° callejón 13D, dentro de los productos que ofrece se enlistan dosificadores, espumas de limpieza con pH neutro, aceite de silicona para el cuidado de los plásticos, sellador en aerosol, productos de alto brillo con acabado aterciopelado, rasqueta de plástico, entre otros.

Figura 27

Empresa Koch-Chemie Ecuador



Fuente: Obtenido de Koch-Chemie Ecuador (2024)

2.3.4 Empresa Ride Ecuador

Son distribuidores exclusivos de marcas Nro. 1 a nivel mundial de accesorios para vehículos, se encuentra ubicada en Agustín Cueva 5-47 y Remigio Crespo, Cuenca, Ecuador.

Figura 28

Empresa Ride Ecuador



Fuente: Obtenido de Ride Ecuador (2024)

2.3.5 Empresa Rustung Ecuador

La empresa Rustung se encarga de ofrecer productos y materiales utilizados para la conservación y embellecimiento de los vehículos, se encuentra ubicada en avenida Gil Ramírez Davalos 2-30 y Turuhayco, Cuenca, Ecuador. Algunos de los productos y servicios que distribuye son: Láminas de seguridad, tapicería automotriz en cuero, vinil, forros; techos sunroof, detailing, restauraciones, materiales de tapicería, productos para restauración de partes de vehículos, entre otros.

Figura 29

Empresa Rustung Ecuador



Fuente: Obtenido de Rustung Ecuador (2023)

Se concluye, que todas estas empresas distribuyen los productos, materiales y accesorios que DETALING PRO requerirá para ofrecer sus servicios, se trata de proveedores que manejan los principios de calidad y buen precio, y se encuentran en la ciudad de Cuenca, lo cual es ventajoso para la idea de negocio.

CAPÍTULO 3

3. ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN

3.1 Ubicación óptima

La empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Cuenca, siendo esta una ciudad que se caracteriza por ser turística con paisajes atractivos para viajeros, habitantes y visitantes de la ciudad. Tiene espacios culturales y coloniales que atraen la atención por ser una de las ciudades más bonitas del país. Una de las principales actividades económicas de Cuenca es el comercio, representado en las operaciones realizadas por empresas de este sector que dinamizan la oferta y demanda en diversos productos y servicios.

En este apartado, se realiza una descripción y análisis referente de la localización de “DETAILING PRO” para conocer su ubicación en términos de eficiencia y necesidades de rentabilidad de las operaciones. La empresa estará ubicada en una zona con fácil acceso para los clientes o interesados en recibir el servicio, siendo su ubicación en la avenida César Dávila Andrade y Gonzalo Cordero en el centro de Cuenca, como se aprecia en la Figura 30:

Figura 30

Ubicación de la empresa Detailing Pro



Fuente: Tomado de GoogleMap (2024)

3.2 Factores

Se analizan los siguientes factores relacionados con la macro localización de la idea de negocio DETAILING PRO S.A.

3.2.1 Acceso a la Materia Prima

Este factor es muy importante, porque es necesario que la empresa disponga oportunamente y en el menor costo, de los materiales, productos, insumos y demás requeridos para llevar a cabo los servicios de detailing. Los proveedores que se han analizado en este estudio de mercado, se encuentran ubicados en zonas cercanas, lo cual contribuye en la minimización de costos de envío o similares. Por tanto, la cercanía de los proveedores es un factor esencial para evitar contratiempos en el servicio ofrecido y el acceso rápido a los materiales.

3.2.2 Condiciones Climatológicas

Las condiciones climatológicas del lugar son favorables, se trata de un clima que en promedio es fresco y un poco nublado, sin embargo, no se considera un aspecto que impida realizar el servicio correspondiente. Es recomendable que los trabajos de detailing se realicen en temperaturas adecuadas para evitar el secado rápido de los materiales y que se corra el riesgo de daño de la pintura de los vehículos. Es importante realizar los trabajos en entornos frescos, esto ayudará un mejor acabado y secado de los productos como jabones o ceras, que, si no se utilizan de forma adecuada, puede provocarse rayas o manchas.

3.2.3 Ubicación Favorable para los Empleados

Las avenidas César Dávila Andrade y Gonzalo Cordero en la ciudad de Cuenca, se encuentran en buenas condiciones, a su vez son avenidas de mucha circulación vehicular, lo cual se considera una ventaja para el personal que labore en DETAILING PRO S.A. También, estas avenidas colindan con otras que se muestran como una oportunidad para la empresa, al ser altamente transitadas lo cual ayudan al personal en el acceso al lugar y llegar de manera fácil y rápida por la disponibilidad de transporte que existe en los alrededores.

La empresa se encontrará ubicada cerca de la avenida Remigio Crespo, la cual es muy transitada por un alto número de personas diariamente. Según Sánchez (2021) en

esta avenida se encuentran aproximadamente más de dieciséis empresas que ofrecen transporte interprovincial, además de otras empresas de productos y servicios, por lo que la convierte en una avenida muy concurrida, considerándose beneficioso para DETAILING PRO, como se aprecia en la Figura 31:

Figura 31

Ubicación de la empresa Detailing Pro



Fuente: Tomado de Sánchez (2021)

3.2.4 Cercanía al Estadio Alejandro Serrano Aguilar

También, DETAILING PRO funcionará cerca del Estadio Alejandro Serrano Aguilar (2024) que se encuentra ubicado cerca de las avenidas del Estadio y José Peralta de la ciudad de Cuenca como se aprecia en la Figura 32; es muy concurrido por los eventos deportivos que ahí se llevan a cabo. Esto permite fluidez de personas y vehículos que ayudan a un mayor dinamismo del sector.

Figura 32

Ubicación del Estadio Alejandro Serrano Aguilar



Fuente: Tomado de Estadio Alejandro Serrano Aguilar (2024)

3.2.5 Cercanía a la Corte cerca del Millenium Plaza Cuenca

El Millenium Plaza Cuenca es un centro comercial muy importante en el centro de la ciudad, donde diariamente es concurrido por muchas personas del lugar y turistas, donde se ofrecen diversos productos y servicios a los visitantes, lo cual promueve la economía de la ciudad. Se encuentra ubicado cerca de las avenidas donde funcionará DETAILING PRO considerándose favorable para la idea de negocio.

3.2.6 Seguridad del Lugar

Otro de los factores que se debe tener en cuenta como característica del lugar donde se encontrará localizado DETAILING PRO es la seguridad. La empresa se encuentra ubicado en un espacio seguro analizando la importancia de evitar robos y/o perjuicios de los vehículos, las partes, enseres o inventarios. Se gestionará la seguridad del lugar, además por ser una zona céntrica se cuenta con la presencia policial a diversas horas del día, esto a su vez generará mayor confianza en los clientes.

3.2.7 Facilidad de obtener Permisos y Licencias para el Funcionamiento

Al encontrarse en una zona céntrica, se cuenta con la facilidad de acceso a las instituciones y oficinas públicas en las que deben gestionarse los permisos y licencias para el legal funcionamiento de la empresa. También, la empresa tiene la facilidad de acceso es la facilidad de obtener el permiso de funcionamiento por los usos de suelos aprobados en el sector, y los reglamentos de colocación de letreros.

3.2.8 Visibilidad del Lugar

La empresa cuenta con una ubicación que le permite ser visible fácilmente, es decir, las personas que tengan el interés de recibir los servicios de la empresa o incluso las que pasen por el lugar, podrán identificar fácilmente a DETAILING PRO S.A.

3.2.9 Acceso a los Servicios Básicos

La empresa cuenta acceso continuo y fácil a los servicios de agua, electricidad, internet, en el lugar de ubicación, al ser una zona céntrica que ya dispone de estos servicios, lo que facilita la contratación de estos servicios por parte de la empresa.

3.2.10 Manejo de Desechos Tóxicos

El lugar en el que funcionará DETAILING PRO S.A. cuenta con los desagües suficientes y necesarios para que los desechos que se generen de los servicios de lavado en el lugar; no afecten al medio ambiente, por tanto, el manejo de los desechos es fundamental no solo para la salud del personal que laborará en la empresa, sino también, para todas las personas que se encuentran en los alrededores, los clientes, proveedores y visitantes, entre otros.

3.2.11 Estacionamiento para los Clientes

La ubicación de la idea de negocio, brindará la posibilidad a los clientes de estacionar sus vehículos sin ningún inconveniente, porque se cuenta con el espacio suficiente para tal finalidad, así como en los alrededores.

CAPÍTULO 4

4. EVALUACIÓN DE RIESGOS Y ANÁLISIS FINANCIERO

4.1 Evaluación de Riesgos

La identificación de los riesgos permite conocer sobre los peligros y finalmente evaluar y valorarlos. Es importante entender los riesgos a los que se puede exponer tanto los trabajadores como la empresa en su funcionamiento. Se establece el siguiente proceso para realizar la evaluación de los riesgos de la idea de negocio:

4.1.1 Identificación de los Riesgos

Para identificar los riesgos se hace un análisis a las operaciones del autolavado detailing de vehículos, incluyendo los procesos de lavado, limpieza, pintura y otros servicios ofrecidos. También se identifican peligros que se encuentran asociados a las operaciones de la empresa, por ejemplo:

- Uso de químicos y productos que pueden resultar perjudiciales para la salud si no se utilizan con las precauciones debidas, como desinfectantes, desengrasantes, shampoo, otros similares.
- Uso de equipos y máquinas.
- Riesgos de incendio y explosión.
- Riesgos de lesiones por caídas, golpes y cortes.
- Riesgos de enfermedades ocupacionales.

4.1.2 Análisis de los Riesgos

- Evaluación de la probabilidad: Permite evaluar la probabilidad de que cada riesgo identificado ocurra.
- Evaluación del impacto: Se evalúa el impacto potencial de cada riesgo identificado en caso de que ocurra.
- Realizar Matriz de riesgos: La cual permitirá evaluar la probabilidad y el impacto de cada riesgo identificado.

4.1.3 Evaluación de Riesgos

Para evaluar los riesgos es importante conocer la clasificación de estos, que suelen ser en categorías tales como:

- Riesgos altos: aquellos que tienen una probabilidad alta y un impacto alto.
- Riesgos moderados: aquellos que tienen una probabilidad moderada y un impacto moderado.
- Riesgos bajos: aquellos que tienen una probabilidad baja y un impacto bajo.

4.1.4 Medidas de Control en los Riesgos

Se aplicarán las siguientes medidas de control para minimizar o eliminar la exposición a los riesgos:

- Desarrollo de planes de acción: Se desarrollarán planes de acción para mitigar o eliminar los riesgos identificados.
- Implementación de medidas de control: Se implementarán medidas de control para reducir la probabilidad o el impacto de los riesgos identificados.
- Monitoreo y revisión: Se realizará monitoreo regularmente los riesgos identificados y las medidas de control implementadas.

4.2 Análisis Financiero

Para llevar a cabo el análisis financiero, se recolecta la información de los costos, gastos y posibles precios en los que se ofrecerán los servicios en DETAILING PRO. La información se detalla en el orden que se muestra a continuación:

4.2.1 Resumen de la Inversión Inicial

En la Tabla 12 se detalla el resumen de la inversión inicial, lo que a su vez contempla el activo con el que se iniciarán operaciones:

Tabla 12*Resumen de la inversión inicial*

Inversión Inicial		Valor	
Planta y Equipos		\$	5.766
Capital de trabajo		\$	11.045
Total Inversión Inicial		\$	16.811
Detalle Capital de Trabajo (*Proyectados por 2 meses)			
Materiales y Mano de Obra		Valor	
Gastos operativos mensual (1)		\$	10.024
Gastos de materiales (2)		\$	1.021
Total inversión requerida por 2 meses		\$	11.045
Recursos propios y financiamiento		Valor	
Recursos propios (Aporte de 2 socios)		\$	6.000
Financiamiento Bancario solicitado		\$	10.811
Total Recursos propios y financiamiento		\$	16.811
Aportes		Valor	
Aporte Socio 1		\$	3.000,00
Aporte Socio 2		\$	3.000,00
Total aporte de los socios		\$	6.000,00

Nota. (1) Se obtiene al multiplicar los gastos mensuales por dos meses. Estos se desglosan en la Tabla 18 donde 60.146,18 USD/12 meses = 5.012,18 USD mensual. (2) Se obtiene multiplicando los gastos por materiales (Ver Tabla 20) por dos meses. Elaborado por el autor

El capital de trabajo se proyecta por dos meses con la finalidad de garantizar en ese tiempo lo correspondiente a gastos operativos y de materiales, permitiendo a la empresa operar mientras consigue las ganancias que generarán los servicios de detailing.

4.2.2 Plan de financiamiento**Tabla 13***Plan de Financiamiento*

Inversión Inicial	16.811			%
(-) Capital Propio	6.000			35,69%
Valor a Financiar	10.811			64,31%
Tasa (BanEcuador)	9,76%			100%
Tiempo	60			MESES
Pago	\$ 228,44			MENSUAL
PERIODO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$10.811,43
1	\$228,44	\$87,93	\$140,50	\$10.670,93
2	\$228,44	\$86,79	\$141,65	\$10.529,28
3	\$228,44	\$85,64	\$142,80	\$10.386,48
4	\$228,44	\$84,48	\$143,96	\$10.242,52
5	\$228,44	\$83,31	\$145,13	\$10.097,39
6	\$228,44	\$82,13	\$146,31	\$9.951,08
7	\$228,44	\$80,94	\$147,50	\$9.803,58
8	\$228,44	\$79,74	\$148,70	\$9.654,88
9	\$228,44	\$78,53	\$149,91	\$9.504,97
10	\$228,44	\$77,31	\$151,13	\$9.353,84
11	\$228,44	\$76,08	\$152,36	\$9.201,48

12	\$228,44	\$74,84	\$153,60	\$9.047,88
13	\$228,44	\$73,59	\$154,85	\$8.893,04
14	\$228,44	\$72,33	\$156,11	\$8.736,93
15	\$228,44	\$71,06	\$157,38	\$8.579,56
16	\$228,44	\$69,78	\$158,66	\$8.420,90
17	\$228,44	\$68,49	\$159,95	\$8.260,95
18	\$228,44	\$67,19	\$161,25	\$8.099,71
19	\$228,44	\$65,88	\$162,56	\$7.937,15
20	\$228,44	\$64,56	\$163,88	\$7.773,27
21	\$228,44	\$63,22	\$165,21	\$7.608,05
22	\$228,44	\$61,88	\$166,56	\$7.441,50
23	\$228,44	\$60,52	\$167,91	\$7.273,58
24	\$228,44	\$59,16	\$169,28	\$7.104,31
25	\$228,44	\$57,78	\$170,65	\$6.933,65
26	\$228,44	\$56,39	\$172,04	\$6.761,61
27	\$228,44	\$54,99	\$173,44	\$6.588,17
28	\$228,44	\$53,58	\$174,85	\$6.413,31
29	\$228,44	\$52,16	\$176,27	\$6.237,04
30	\$228,44	\$50,73	\$177,71	\$6.059,33
31	\$228,44	\$49,28	\$179,15	\$5.880,18
32	\$228,44	\$47,83	\$180,61	\$5.699,57
33	\$228,44	\$46,36	\$182,08	\$5.517,49
34	\$228,44	\$44,88	\$183,56	\$5.333,93
35	\$228,44	\$43,38	\$185,05	\$5.148,87
36	\$228,44	\$41,88	\$186,56	\$4.962,31
37	\$228,44	\$40,36	\$188,08	\$4.774,24
38	\$228,44	\$38,83	\$189,61	\$4.584,63
39	\$228,44	\$37,29	\$191,15	\$4.393,48
40	\$228,44	\$35,73	\$192,70	\$4.200,78
41	\$228,44	\$34,17	\$194,27	\$4.006,51
42	\$228,44	\$32,59	\$195,85	\$3.810,66
43	\$228,44	\$30,99	\$197,44	\$3.613,22
44	\$228,44	\$29,39	\$199,05	\$3.414,17
45	\$228,44	\$27,77	\$200,67	\$3.213,50
46	\$228,44	\$26,14	\$202,30	\$3.011,20
47	\$228,44	\$24,49	\$203,95	\$2.807,26
48	\$228,44	\$22,83	\$205,60	\$2.601,65
49	\$228,44	\$21,16	\$207,28	\$2.394,38
50	\$228,44	\$19,47	\$208,96	\$2.185,41
51	\$228,44	\$17,77	\$210,66	\$1.974,75
52	\$228,44	\$16,06	\$212,37	\$1.762,38
53	\$228,44	\$14,33	\$214,10	\$1.548,28
54	\$228,44	\$12,59	\$215,84	\$1.332,43
55	\$228,44	\$10,84	\$217,60	\$1.114,83
56	\$228,44	\$9,07	\$219,37	\$895,46
57	\$228,44	\$7,28	\$221,15	\$674,31
58	\$228,44	\$5,48	\$222,95	\$451,36
59	\$228,44	\$3,67	\$224,77	\$226,59
60	\$228,44	\$1,84	\$226,59	\$0,00

4.2.3 Planta y Equipo

En las Tablas 14 y 15 se detalla la planta y equipo:

Tabla 14*Resumen planta y equipo*

Descripción	Costo Total
Instalaciones y adecuaciones	\$ 2.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 2.941,00
Equipos de Computación	\$ 350,00
Otros Activos Corrientes	\$ 475,00
TOTAL	\$ 5.766,00

Tabla 15*Instalaciones y adecuaciones, maquinarias y equipos de computación*

INSTALACIONES Y ADECUACIONES			
Descripción	cantidad	costo unitario	Costo Total
Instalaciones y adecuaciones	1	2.000,00	2.000,00
TOTAL Instalaciones y adecuaciones			2.000,00

MAQUINARIA Y EQUIPO

Descripción	cantidad	costo unitario	Costo Total
Máquina de Vapor	1	221,00	221,00
Aspiradora de Agua	1	150,00	150,00
Hidrolavadora Industrial	1	750,00	750,00
Bombas de alta presión	1	140,00	140,00
Elevador de Vehículo	1	1.600,00	1.600,00
Taladro eléctrico para lavado de autos	1	20,00	20,00
Pulidora	1	60,00	60,00
TOTAL Maquinaria, Equipo, Instalaciones y adecuaciones			2.941,00

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Descripción	cantidad	costo unitario	Costo Total
Equipos de Computación	1	350,00	350,00
TOTAL Instalaciones y adecuaciones			350,00

4.2.4 Gastos de personal

En la Tabla 16 se detallan los gastos de personal. Estos gastos fueron proyectados teniendo en cuenta los beneficios que establece el Código del Trabajo de Ecuador como indican los artículos 80 referido a sueldos y salarios; art. 69 Vacaciones anuales; art. 34.3 Aporte a la Seguridad Social; art. 112. Exclusión de la décimo tercera remuneración; art. 113 derecho a la décimo cuarta remuneración; art. 196 derecho al fondo de reserva, entre otros (Asamblea Nacional, 2020).

Tabla 16*Gastos de Personal*

Nómina	Dedicación	Sueldo mensual	Nro.	13er Sueldo	14to Sueldo	Aporte		Fondo de Reserva (8,33%)	Total Empleado Mensual
						Patronal IESS 11,15%	Vacaciones		
Gerente General	Tiempo completo	750,00	1	62,50	39,17	83,63	31,25	62,48	1.029,02
Operadores - limpieza	Tiempo completo	500,00	2	83,33	78,33	111,50	41,67	41,65	1.356,48
Asistente Administrativo	Tiempo completo	470,00	1	39,17	39,17	52,41	19,58	39,15	659,47
Mantenimiento y limpieza	Tiempo completo	470,00	1	39,17	39,17	52,41	19,58	39,15	659,47
Total Sueldos y Salarios		2.190,00	5	224,17	195,83	299,94	112,08	182,43	3.704,45

Tabla 17*Gastos de Personal proyectados a cinco años*

Nómina	Dedicación	Total					
		Sueldo Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	Tiempo completo	1.029,02	12.348,20	12.620,27	12.897,64	13.195,19	13.490,24
Operadores - limpieza	Tiempo completo	1.356,48	16.277,80	16.636,45	17.002,09	17.394,33	17.783,28
Asistente Administrativo	Tiempo completo	659,47	7.913,67	8.088,04	8.265,79	8.456,49	8.645,58
Mantenimiento y limpieza	Tiempo completo	659,47	7.913,67	8.088,04	8.265,79	8.456,49	8.645,58
Total Sueldos y Salarios		3.704,45	44.453,34	45.432,80	46.431,31	47.502,50	48.564,68

4.2.5 Costos y Gastos de Operación

En la Tabla 18 se detallan los costos y gastos de operación proyectados a cinco años.

Tabla 18

Gastos y costos proyectados a cinco años

Gastos operativos fijos					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	44.453,34	45.432,80	46.431,31	47.502,50	48.564,68
Servicios Básicos	4.080,00	4.169,90	4.261,54	4.359,86	4.457,34
Alquiler de local	3.000,00	3.066,10	3.133,49	3.205,78	3.277,46
Mantenimiento de máquinas	1.800,00	1.839,66	1.880,09	1.923,47	1.966,48
Suministros de oficina	39,00	39,86	40,74	41,68	42,61
Materiales e Insumos	6.126,40	6.261,39	6.399,00	6.546,62	6.693,01
Depreciación de Activo	552,43	552,43	552,43	459,10	459,10
Amortización de Activo	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00
TOTAL	60.146,18	61.457,13	62.793,60	64.134,00	65.555,67

Elaborado por el autor

Tabla 19

Detalle de los servicios básicos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	1.800,00	1.839,66	1.880,09	1.923,47	1.966,48
Teléfono	360,00	367,93	376,02	384,69	393,30
Electricidad	1.200,00	1.226,44	1.253,39	1.282,31	1.310,98
Internet	360,00	367,93	376,02	384,69	393,30
Publicidad y propaganda	360,00	367,93	376,02	384,69	393,30
Total Servicios Básicos	4.080,00	4.169,90	4.261,54	4.359,86	4.457,34

4.2.6 Detalle de Materiales e Insumos

En la Tabla 20 se detallan los materiales e insumos requeridos

Tabla 20

Detalle de los Materiales e insumos requeridos

Descripción	Costo Unitario	Cantidades requeridas mensual	Costo Total promedio mensual	Materiales e insumos Año 1	Materiales e insumos Año 2	Materiales e insumos Año 3	Materiales e insumos Año 4	Materiales e insumos Año 5
Shampoo para auto profesional (10 galones)	130,00		10,83	130,00	132,86	135,78	138,92	142,02
Toalla de microfibra	2,00	24	48,00	576,00	588,69	601,63	615,51	629,27
Guante para lavar auto	1,50	24	36,00	432,00	441,52	451,22	461,63	471,95
Limpiador de llantas	12,00	5	60,00	720,00	735,86	752,04	769,39	786,59
Abrillantador	12,00	5	60,00	720,00	735,86	752,04	769,39	786,59
Espuma limpiadora	7,00	5	35,00	420,00	429,25	438,69	448,81	458,84
Cepillos o brochas	3,00	10	30,00	360,00	367,93	376,02	384,69	393,30
Cera para auto	30,00	3	90,00	1.080,00	1.103,80	1.128,05	1.154,08	1.179,89
Glicerina	9,70	3	29,10	349,20	356,89	364,74	373,15	381,50
Aromatizantes	1,70	48	81,60	979,20	1.000,78	1.022,77	1.046,37	1.069,76
Desengrasantes	6,00	5	30,00	360,00	367,93	376,02	384,69	393,30
TOTAL			510,53	6.126,40	6.261,39	6.399,00	6.546,62	6.693,01

4.2.7 Proyección de Ventas a cinco años

En la Tabla 21 se muestra la proyección de las ventas a cinco años. Se proyectó un aumento de las ventas en un cinco por ciento cada año. La cantidad de servicios proyectados se obtienen de los valores obtenidos en la encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca, donde se conoció que un 41% de los encuestados (122 personas) manifestaron que se interesaban por lo menos una vez al mes en los servicios que ofrece la empresa. No obstante, se proyectó cubrir el 50% de la demanda, es decir, la cantidad de 61 servicios en promedio mensual, como se aprecia en la tabla.

Tabla 21

Proyección de ventas a cinco años

Nro. Serv	Descripción	Precio Promedio Servicio	Cantidad de servicios proyectados mensual	Nro de meses	Ventas año 1	Ventas año 2	Ventas año 3	Ventas año 4	Ventas año 5
1	Lavado de exteriores	20,00	15	12	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
2	Limpieza Profunda	100,00	6	12	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
3	Pulido de vehículo	60,00	6	12	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
4	Restauración de focos	30,00	6	12	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
5	Descontaminación de pintura	40,00	6	12	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66
6	Protección cerámica	150,00	6	12	10.800,00	11.340,00	11.907,00	12.502,35	13.127,47
7	Detallado de motor	40,00	6	12	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66
8	Detailing de exteriores	50,00	6	12	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
9	Aplicación PPF Total	2.500,00	1	12	30.000,00	31.500,00	33.075,00	34.728,75	36.465,19
10	Aplicación PPF Parcial	100,00	3	12	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
TOTALES			61		71.040,00	74.592,00	78.321,60	82.237,68	86.349,56

4.2.8 Estado de Resultados proyectado a cinco años

En la Tabla 22 se muestra el Estado de Resultado Integral proyectado a cinco años

Tabla 22

Estado de Resultado Integral proyectado a cinco años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS POR SERVICIOS					
Ventas por servicios	71.040,00	74.592,00	78.321,60	82.237,68	86.349,56
Total Ingresos de Actividades Ordinarias	71.040,00	74.592,00	78.321,60	82.237,68	86.349,56
COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS					
Sueldos y Salarios	44.453,34	45.432,80	46.431,31	47.502,50	48.564,68
Servicios Básicos	4.080,00	4.169,90	4.261,54	4.359,86	4.457,34
Alquiler de local	3.000,00	3.066,10	3.133,49	3.205,78	3.277,46
Mantenimiento de máquinas	1.800,00	1.839,66	1.880,09	1.923,47	1.966,48
Suministros de oficina	39,00	39,86	40,74	41,68	42,61
Materiales e Insumos	6.126,40	6.261,39	6.399,00	6.546,62	6.693,01
Depreciación de Activo	552,43	552,43	552,43	459,10	459,10
Amortización de Activo	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00
Total Gastos y costos operativos	60.146,18	61.457,13	62.793,60	64.134,00	65.555,67
UTILIDAD BRUTA	10.893,82	13.134,87	15.528,00	18.103,68	20.793,89
<u>Gastos Financieros</u>					
Intereses con Instituciones Financieras					
Locales	977,69	797,66	599,24	380,57	139,58
Total Gastos Financieros	977,69	797,66	599,24	380,57	139,58
Utilidad antes de la participación de los trabajadores	9.916,13	12.337,21	14.928,76	17.723,11	20.654,31
Participación de trabajadores (15%)	1.487,42	1.850,58	2.239,31	2.658,47	3.098,15
Utilidad antes de Impuestos	8.428,71	10.486,63	12.689,45	15.064,64	17.556,16
Impuesto a la Renta (25%)	2.107,18	2.621,66	3.172,36	3.766,16	4.389,04
UTILIDAD NETA	6.321,53	7.864,97	9.517,09	11.298,48	13.167,12
UTILIDAD NETA ACUMULADA	6.321,53	14.186,51	23.703,59	35.002,07	48.169,19

4.2.9 Estado de Situación Financiera proyectado a cinco años

En la Tabla 23 se muestra el Estado de Resultado Integral proyectado a cinco años.

Tabla 23

Estado de Situación Financiera proyectado a cinco años

	Saldos iniciales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Efectivo y Equivalente a Efectivo	11.045,43	16.250,85	22.819,68	30.842,20	40.334,13	51.453,69
Total Activos Corrientes	11.045,43	16.250,85	22.819,68	30.842,20	40.334,13	51.453,69
Propiedad Planta y Equipo						
Instalaciones y adecuaciones	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Máquina de Vapor	221,00	221,00	221,00	221,00	221,00	221,00
Aspiradora de Agua	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Hidrolavadora Industrial	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
Bombas de alta presión	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Elevador de Vehículo	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Taladro eléctrico para lavado de autos	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Pulidora	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Equipos de Computación	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Menos Depreciación acumulada	0,00	-552,43	-1.104,87	-1.657,30	-2.116,40	-2.575,50
Total Propiedad Planta y Equipo	5.291,00	4.738,57	4.186,13	3.633,70	3.174,60	2.715,50
OTROS ACTIVOS						
Gastos de constitución	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00
Amortización	0,00	-95,00	-190,00	-285,00	-380,00	-475,00
Total Otros activos	475,00	380,00	285,00	190,00	95,00	0,00
TOTAL ACTIVOS	16.811,43	21.369,42	27.290,81	34.665,90	43.603,73	54.169,19
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones con Instituciones						
Financ corto Plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Pasivos Corrientes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones con Instituciones						
Financ Largo Plazo	10.811,43	9.047,88	7.104,31	4.962,31	2.601,65	0,00
Total Pasivos No Corrientes	10.811,43	9.047,88	7.104,31	4.962,31	2.601,65	0,00
TOTAL PASIVOS	10.811,43	9.047,88	7.104,31	4.962,31	2.601,65	0,00
PATRIMONIO						
Capital Social	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Utilidad del Ejercicio	0,00	6.321,53	7.864,97	9.517,09	11.298,48	13.167,12
Utilidades acumuladas de ejercicios anteriores	0,00	0,00	6.321,53	14.186,51	23.703,59	35.002,07
TOTAL PATRIMONIO	6.000,00	12.321,53	20.186,51	29.703,59	41.002,07	54.169,19
PASIVO + PATRIMONIO	16.811,43	21.369,42	27.290,81	34.665,90	43.603,73	54.169,19
TOTAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

4.2.10 Flujo de Caja proyectado a cinco años

En la Tabla 24 se muestra el flujo de caja proyectado a cinco años.

Tabla 24

Estado de Flujo de Caja proyectado a cinco años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS POR SERVICIOS					
Ventas por servicios	71.040,00	74.592,00	78.321,60	82.237,68	86.349,56
Total Ingresos de Actividades Ordinarias	71.040,00	74.592,00	78.321,60	82.237,68	86.349,56
COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS					
Sueldos y Salarios	44.453,34	45.432,80	46.431,31	47.502,50	48.564,68
Servicios Básicos	4.080,00	4.169,90	4.261,54	4.359,86	4.457,34
Alquiler de local	3.000,00	3.066,10	3.133,49	3.205,78	3.277,46
Mantenimiento de máquinas	1.800,00	1.839,66	1.880,09	1.923,47	1.966,48
Suministros de oficina	39,00	39,86	40,74	41,68	42,61
Materiales e Insumos	6.126,40	6.261,39	6.399,00	6.546,62	6.693,01
Depreciación de Activo	552,43	552,43	552,43	459,10	459,10
Amortización de Activo	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00
Total Gastos y costos operativos	60.146,18	61.457,13	62.793,60	64.134,00	65.555,67
UTILIDAD BRUTA	10.893,82	13.134,87	15.528,00	18.103,68	20.793,89
Gastos Financieros					
Intereses con Instituciones Financieras Locales	977,69	797,66	599,24	380,57	139,58
Total Gastos Financieros	977,69	797,66	599,24	380,57	139,58
Utilidad antes de la participación de los trabajadores	9.916,13	12.337,21	14.928,76	17.723,11	20.654,31
Participación de trabajadores (15%)	1.487,42	1.850,58	2.239,31	2.658,47	3.098,15
Utilidad antes de Impuestos	8.428,71	10.486,63	12.689,45	15.064,64	17.556,16
Impuesto a la Renta (25%)	2.107,18	2.621,66	3.172,36	3.766,16	4.389,04
UTILIDAD NETA	6.321,53	7.864,97	9.517,09	11.298,48	13.167,12
(+) Depreciaciones y amortizaciones	647,43	647,43	647,43	554,10	554,10
(+/-) Préstamo	10.811,43	-1.763,54	-1.943,58	-2.141,99	-2.360,66
Capital de trabajo	-11.045,43				
Activos Fijos en inversión	-5.766,00				
Flujo de Efectivo Neto	-6.000,00	5.205,42	6.568,83	8.022,53	9.491,92

4.2.11 Punto de Equilibrio

En la Tabla 25 se muestra el punto de equilibrio.

Tabla 25

Punto de equilibrio

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	71.040,00	74.592,00	78.321,60	82.237,68	86.349,56
Costos Fijos y Variable	60.146,18	61.457,13	62.793,60	64.134,00	65.555,67
Punto de Equilibrio (%)	85%	82%	80%	78%	76%
Número de servicios proyectados anual	732	769	807	847	890
Número de servicios requeridos Punto de Equilibrio	620	633	647	661	675
Precio Promedio de Venta	97,05	101,90	107,00	112,35	117,96
Ventas PE	60.146,18	64.529,99	69.229,94	74.243,12	79.683,33

4.2.12 TIR y VAN

En la Tabla 26 se muestra el punto de equilibrio

Tabla 26

TIR Y VAN

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Neto		5.205,42	6.568,83	8.022,53	9.491,92	11.119,57
Inversión Fija	-\$ 5.766,00					
Inversión Corriente	-\$ 11.045,43					
Resultado	\$ 10.811,43	5.205,42	6.568,83	8.022,53	9.491,92	11.119,57
PAYBACK	-\$ 6.000,00	-794,58	5.774,25	13.796,78	23.288,70	34.408,26

Costo de capital Ponderado

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDE-RACION
Capital Propio	\$6.000	35,69%	12%	4,28%
Préstamo Bancario	\$10.811	64,31%	9,76%	6,28%
	TMAR			10,56%

TIR Y VAN

TMAR	10,56%
VNA	\$29.102,97
INV.	-6.000,00
VAN	\$23.102,97
TIR	93%

CONCLUSIONES

El análisis de entorno permitió conocer aspectos relacionados con la descripción del negocio, las características y segmento de los clientes, esto ha contribuido a conocer las tendencias del mercado y determinar que el detailing de vehículos está en crecimiento actualmente, impulsado por una demanda de servicios de mantenimiento y limpieza a niveles de alta calidad. De esta manera, DETAILING PRO S.A. se presenta como una oportunidad de negocio que generará rentabilidad y cuenta con la posibilidad de posicionarse en el mercado de Cuenca en un futuro.

Asimismo, a través del análisis FODA se pudo determinar fortalezas tales como la ubicación de la empresa, como parte de los factores que inciden en que los clientes puedan acceder rápidamente a los servicios que ofrece la misma. No obstante, se requiere tener en cuenta las barreras que representan una debilidad para el negocio, como la situación económica actual y el poder adquisitivo de las personas.

Al analizar los recursos y los proveedores, ha permitido tener una visión de las oportunidades que se tiene al poner en marcha la idea de negocio. Es importante mencionar que aun en un espacio competitivo de detailing, existe la posibilidad de diferenciar el servicio mediante la calidad, la atención personalizada y la innovación en los productos y equipos utilizados para realizar los servicios solicitados. De esta manera, la empresa cuenta con proveedores que distribuyen materiales e insumos de calidad en el mercado, dentro de la ciudad de Cuenca, lo que representa minimización en los gastos operativos de la empresa.

La empresa iniciará operaciones con cinco personas, cuyos sueldos y salarios se detallan en el plan financiero, siguiendo lo que señala el Código de Trabajo de Ecuador, con relación al sueldo mínimo, décimos, aporte al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, entre otros. Según los valores obtenidos en el análisis cuantitativo de la idea de negocio, se obtuvo que esta es factible, requiriéndose una inversión inicial de \$ 16.811 respaldado con un aporte de los socios en efectivo y un financiamiento solicitado a una entidad bancaria. La inversión se recupera a partir del segundo año y se generó un TIR de 93%.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar un análisis del entorno de manera periódica para conocer cuál es la posición de la empresa en el mercado de Cuenca, teniendo en consideración que la economía local, nacional e internacional puede ser cambiante de manera vertiginosa, representando la oportunidad de cambios o mejoras en las estrategias de venta, publicidad, otros.

Se recomienda a la gerencia de la empresa DETAILING PRO S.A. tener en cuenta las sugerencias y análisis realizados en esta investigación, en virtud de que estos datos fueron procesados y obtenidos de información actualizada, no obstante, es importante actualizar datos e información de manera continua.

Asimismo, se recomienda a la gerencia de la empresa DETAILING PRO S.A. desarrollar estrategias de marketing, como un asunto que sin estar profundizado en esta investigación, representa un aspecto esencial para lograr posicionamiento en el mercado y darse a conocer a un mayor número de posibles clientes.

REFERENCIAS

- Águeda, E., & Mondéjar, J. (2022). *Fundamentos de marketing*. ESIC Editorial.
- Ahumada, S., Liberos, E., Miranda, J., & Núñez, Á. (2023). *Consumer Engagement. Fidelizar clientes en el entorno digital*. ESIC Editorial.
- Argudo, A. (2024). *Análisis de mercados internacionales para expansión de empresas: Caso "RED CRAB"*. [Tesis de Maestría, Universidad del Azuay]. Repositorio de la Universidad del Azuay, Ecuador. https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/14832/1/20350_espa%20ol.pdf
- Arteaga, L., & Puestas, L. (2023). *Marketing digital y comportamiento del consumidor en el fundo Bluvey SAC, Trujillo, 2023*. [Tesis de Grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional de la Universidad Cesar Vallejo, Perú. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/120358/Arteaga_LLDA-Puestas_MLN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Asamblea Nacional. (2020). Código del Trabajo. *Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic.-2005. Última modificación: 22-jun.-2020*. https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf
- Auto Detailer Studio. (2024). *Auto Detailer Studio*. especialistas en Nano Recubrimientos con Grafeno, Tratamientos Cerámicos, PPF, Micropulido Profesional, DETAILING Profesional, Estética Automotriz.: https://www.facebook.com/Autodetailer.ec/?locale=es_LA
- Auto Lavado D' \$1. (2024). *Servicio de autolavado*. https://www.facebook.com/Diegoferbecerra/?locale=es_LA
- Banco Mundial. (2023). *Ecuador: panorama general*. Banco Mundial Ecuador: <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Batles, A., Mercedes, M., López, M., Carretero, A., & Montoya, B. (2023). *Introducción a la economía*. Editorial Universidad de Almería.

- Bautista, N. (2022). *Proceso de la investigación cualitativa. Epistemología, metodología y aplicaciones*. Editorial El Manual Moderno.
- Beltrán, J. (01 de enero de 2023). *El próximo alcalde de Cuenca deberá lidiar con el caos vehicular y la inseguridad*. <https://www.primicias.ec/noticias/seccionales-2023/retos-proximo-alcalde-cuenca/#:~:text=Al%20cierre%20de%202022%2C%20en,poblaci%C3%B3n%20que%20llega%20al%202%25>.
- Bpecuador. (2020). *Hidrolavadora Industrial*. Bpecuador: <https://bpecuador.com/producto/hidrolavadora-industrial-5-5-hp/>
- Branch. (2024). *El estado del uso de redes sociales en Ecuador 2024*. <https://branch.com.co/marketing-digital/situacion-digital-de-ecuador-en-2024/#:~:text=Hab%C3%ADa%2015.29%20millones%20de%20usuarios,69.2%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20total>.
- Brunet, I. (2022). *Creación de empresas: Emprendimiento e innovación*. Ediciones de la U.
- Bwax Professional Detailing. (2024). *Bwax Professional Detailing*. Recubrimiento cerámico, limpieza integral de vehículos: https://www.instagram.com/bwax_ec/reel/C7LCGS2NRy_/
- Car Dr. (2024). *Cardoctor. Estética automotriz Auto Detailing*. <https://www.cardoctorec.com/nosotros/>
- Cerda, H. (2021). *Como elaborar proyectos. Diseño, ejecución y evaluación de proyectos sociales educativos*. Editorial Magisterio.
- Echeverría, P. (2020). *Investigación en metodología*. Elsevier Health Sciences.
- Escudero, M. (2023). *Técnicas de venta y negociación*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Estadio Alejandro Serrano Aguilar. (2024). *Estadio Alejandro Serrano Aguilar*. <https://www.cuenca.gob.ec/expresiones-interes/estadio-alejandro-serrano-aguilar>

- Fouad, S. (2023). *Economía. Dominar el arte de la economía, una guía completa para la alfabetización económica*^o. Edita Mil Millones de conocimientos.
- Garage Detail. (2024). *Garage Detail*. Limpieza, Restauración, Estética Automotriz: <https://www.instagram.com/garagedetail.ec/?hl=es>
- García, M. (2023). *Tratamiento y análisis de la información de mercados*. ECOE Ediciones.
- Gómez, J. (2022). *Guía para ser un ceo exitoso. De la mano de los clásicos del management*. Universidad de La Sabana.
- GoogleMap. (2024). *empresas de autolavado en Cuenca*. https://www.google.com/search?sca_esv=8957a51bd870705f&rlz=1C1UEAD_esES1049ES1049&tbs=lf:1,lf_ui:3&tbm=lcl&sxsrf=ADLYWIJK1jayCFB9IH0IRDUiahwdLBztYg:1728013775774&q=venta+de+productos+de+autolavado+en+la+ciudad+de+Cuenca+Ecuador&rflfq=1&num=10&sa=X&ved=2ah
- Googlemaps. (2024). *Ubicación Avenida Cesar Dávila Andrade y Gonzalo Cordero, centro de Cuenca*. <https://www.google.com/maps/place/Gonzalo+Cordero+D%C3%A1vila+%26+C%C3%A9sar+D%C3%A1vila+Andrade,+Cuenca,+Ecuador/data=!4m2!3m1!1s0x91cd187387518da3:0x43d1cea66f43c81a?sa=X&ved=1t:242&ictx=111>
- Importadora Vargas. (2021). *Máquina Aspiradora de agua/polvo*. Importadora Vargas: <https://abrillantadorasyaspiradoras.com/producto/aspiradora-agua-polvo-60l/>
- INEC. (2012). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>
- INEC. (2023). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Trimestre_I/2023_I_Trimestre_Mercado_Laboral.pdf

- INEC. (2024). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2024/Junio/202406_PobrezayDesigualdad.pdf
- Koch-Chemie Ecuador . (2024). *Fabricante líder en innovaciones químicas, proporciona un servicio de transporte global*. Koch-Chemie Ecuador : <https://www.facebook.com/kochchemieDPEcuador/>
- MegAlimpio. (2023). *Empresa de Productos para la higiene y seguridad para el negocio y el hogar*. MegAlimpio: https://www.facebook.com/megalimpio?locale=es_LA
- Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2024). *La ministra Sade Fritschi presentó el Plan Nacional de Mitigación del Cambio Climático de Ecuador 2024 – 2070*. Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica: <https://www.ambiente.gob.ec/la-ministra-sade-fritschi-presento-el-plan-nacional-de-mitigacion-del-cambio-climatico-de-ecuador-2024-2070/#:~:text=agosto%20de%202024-,El%20Plan%20Nacional%20de%20Mitigaci%C3%B3n%20del%20Cambio%20Clim%C3%A1tico%20de%20Ecuador>
- Molina, H., & Salazar, B. (2023). *Evaluar la gestión organizacional. Propuesta de un Modelo de Liderazgo para la gestión en las organizaciones*. Costa-Amic Editores.
- Morad, N. (2022). *Estudio de factibilidad para la creación de una línea de servicios en mantenimiento preventivo, a partir de un plan de negocios para la empresa Tornirepuestos Macko*. [Tesis de Grado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio Institucional de la Universidad Santo Tomás, Colombia. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/47425/2022nessinmorad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Murcia, H. (2023). *Creación y fortalecimiento de modelos de negocios con resiliencia e innovación*. Edita Murcia Héctor.

- Navajo, P. (2023). *Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas. Guía participativa basada en valores*. Narcea Ediciones.
- Nelson & Nelson. (2023). *Su aliado especializado en realzar la belleza de tu vehículo*. <https://www.facebook.com/people/Nelson-Y-Nelson/100063936853668/>
- Neumann, J. (2021). *La Ruta de la Campaña: Publicidad Estratégica para Inexpertos*. Editorial Alferatz.
- Niño, J. (2021). *La investigación científica en el contexto académico*. Editorial Infinite Study.
- Paccha, C., & Sánchez, J. (2021). *Estudio de factibilidad para la creación de un taller de servicios automotrices para transporte vehicular en el cantón San Fernando- Provincia del Azuay*. [Tesis de Grado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20301/1/UPS-CT009144.pdf>
- Pizzi, C. (2021). *Planeamiento estratégico y control de gestión sustentable*. Sb Editorial.
- Porter, M. (2021). *Open the Door to the Truth*. Dorrance Publishing Company.
- Prieto, J. (2023). *Investigación de mercado*. ECOE Ediciones.
- Promart. (2024). *Pulidora para Automóvil*. Promart.ec: <https://www.promart.ec/pulidora-automovil-120w-black-decker/p?srsltid=AfmBOoqpUKBjFjZTrtmybael1p1DtbQKpZL-1DDHO9uKeCil8KIhwXy0>
- PSG Automotriz . (2024). *Elevador de vehículo*. PSG Automotriz : <https://psgautomotriz.com/tienda-on-line/55-elevador-hidraulico-de-piston-para-lavado-4tn-sumak.html>
- Ride Ecuador. (2024). *Distribuidores exclusivos de marcas nro 1 a nivel mundial de accesorios para vehículos y motos*. Ride Ecuador: https://www.facebook.com/profile.php?id=100063748470384&sk=about&locale=es_ES

- Rincón, C. (2022). *Auditoría a los sistemas de información de costos y presupuestos*. Ediciones de la U.
- Rodríguez, Y. (2020). *Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Servicio Integral para Motocicletas Categoría A2, Especializado en sincronización y mantenimiento general en el Municipio de Facatativá*. [Tesis de Grado, Universidad de Cundinamarca]. Repositorio Institucional de la Universidad de Cundinamarca, Colombia.
<https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/3506>
- Rustung. (2023). *Diseño y restauración de tu vehículo*. . Láminas de seguridad, Tapicería automotriz en cuero, vinil, forros, otros: <https://www.facebook.com/rustung>
- Salinas, E., Medina, N., & Santamaría, J. (2022). *Productos turísticos. Ocio y negocios. Diseño, desarrollo y comercialización*. Editorial Ruth.
- Sánchez, C. (2021). *La avenida Remigio Crespo convertida en una terminal*. Diario El Mercurio: <https://elmercurio.com.ec/2021/02/16/la-avenida-remigio-crespo-convertida-en-una-terminal/>
- Schnarch, A. (2021). *Marketing para emprender*. Ediciones de la U.
- Soledispa, X., Moran, J., & Peña, D. (2021). La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones. *Dominio de las Ciencias*, 7(1), 79-94.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8385908>
- Statista. (2024). *Número de homicidios intencionados cometidos por cada 100.000 habitantes en Ecuador de 2010 a 2023*.
<https://es.statista.com/estadisticas/1402384/tasa-de-homicidios-ecuador/#:~:text=Ecuador%3A%20tasa%20de%20homicidios%202010%2D2023&text=De%20acuerdo%20a%20lo%20reportado,muertos%20por%20cada%20100.000%20habitantes>.
- Stindustry. (2022). *Máquina a vapor para limpiar interior del coche*.
<https://www.stindustry.eu/es/lineas/linea-car-detailing-es/>

Sunsky. (2022). *Juego de herramientas de lavado de autos con cepillo de limpieza de hendiduras de taladro eléctrico*. Sunsky: <https://www.sunsky-online.com/es/p/TBD0603370101A/Juego-de-herramientas-de-lavado-de-autos-con-cepillo-de-limpieza-de-hendiduras-de-taladro-el%C3%A9ctrico-.htm>

Taizhou Genour Power Machinery . (2020). *Bomba de alta presión*. Taizhou Genour Power Machinery : https://es.made-in-china.com/co_genour/product_196cc-for-Car-Wash-Gasoline-High-Pressure-Water-Pump_ernuyhhg.html

Varian, H. (2022). *Análisis microeconómico*. Edita Antoni Bosch.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta realizada a conductores de la ciudad de Cuenca



ENCUESTA DIRIGIDA A CONDUCTORES EN LA CIUDAD DE CUENCA

Objetivo de la encuesta: La presente encuesta tiene por finalidad conocer aspectos sobre la experiencia que han tenido los conductores de Cuenca, con los servicios de detailing vehicular. La información recolectada a través de esta encuesta será utilizada para cumplimiento de los objetivos metodológicos en ocasión al desarrollo de la Tesis de Grado titulada: Estudio de factibilidad para el negocio de detallado de vehículos en la ciudad de Cuenca “DETAILING PRO”, para ser presentada ante la Universidad del Azuay.

Por favor seleccione su respuesta:

Sexo:

Femenino _____ Masculino _____

Edad:

Entre 18 años y 25 años _____

Entre 26 años y 33 años _____

Entre 34 años y 41 años _____

Entre 42 años y 49 años _____

Más de 50 años _____

Por favor responda a los siguientes planteamientos

1. ¿Qué nivel de conocimiento tiene usted sobre los servicios de detailing vehicular?
 - Suficiente
 - Algo
 - Poco
 - Nada
2. ¿Tiene usted interés en recibir los servicios de detailing vehicular? (*En caso de ser positiva su respuesta, continúe al siguiente planteamiento; en caso de ser negativa su respuesta agradecemos su participación y se da por finalizado este cuestionario*).

- Si
 - No
3. Qué horario prefiere usted para solicitar el servicio de detailing a su vehículo
- Entre 8 am y 12 m
 - Entre 12m y 4pm
 - Entre 4pm y 6pm
4. De las siguientes opciones, cuál sería de su preferencia para solicitar el servicio de detailing vehicular
- De Lunes a Viernes
 - Sábados
 - Domingos
 - Cualquiera de las opciones
5. Con qué frecuencia usted considera que puede requerir los servicios de detailing vehicular
- Una vez al mes
 - Dos veces al mes
 - Tres veces al mes
 - Cualquiera de las opciones
6. Como califica el precio por el servicio de detailing vehicular prestado actualmente por los establecimientos que se encuentran en la ciudad de Cuenca.
- Costosos
 - Económicos
 - Razonables
7. De los siguientes aspectos, cuál (es) es más importante para usted al momento de recibir el servicio de *detailing* vehicular
- Calidad
 - Rapidez
 - Seguridad
 - Garantía

Muchas gracias por su valiosa participación

Anexo 2. Máquina de Vapor

ÚLTIMO ARTÍCULO DISPONIBLE

Maquina Limpiadora A Vapor Multi Usos Para Limpiar Auto Coche Carro Camioneta mostrar título original

USA MTP store (116)
95.2% positivos · Otros artículos del vendedor · Contactar al vendedor

Estado: Nuevo

Cantidad: 1 **Último** 1 sold

US \$220.99

¡Cómpralo ahora!

Agregar al carro de compras

Agregar a la Lista de favoritos

La gente quiere esto. 16 personas marcaron esto como favorito.

Otras personas han comprado esto. Ya se ha vendido 1.

Envío: Puede que no se envíe a Venezuela. Para conocer las opciones

Anexo 3. Máquina de Aspirado de agua/polvo



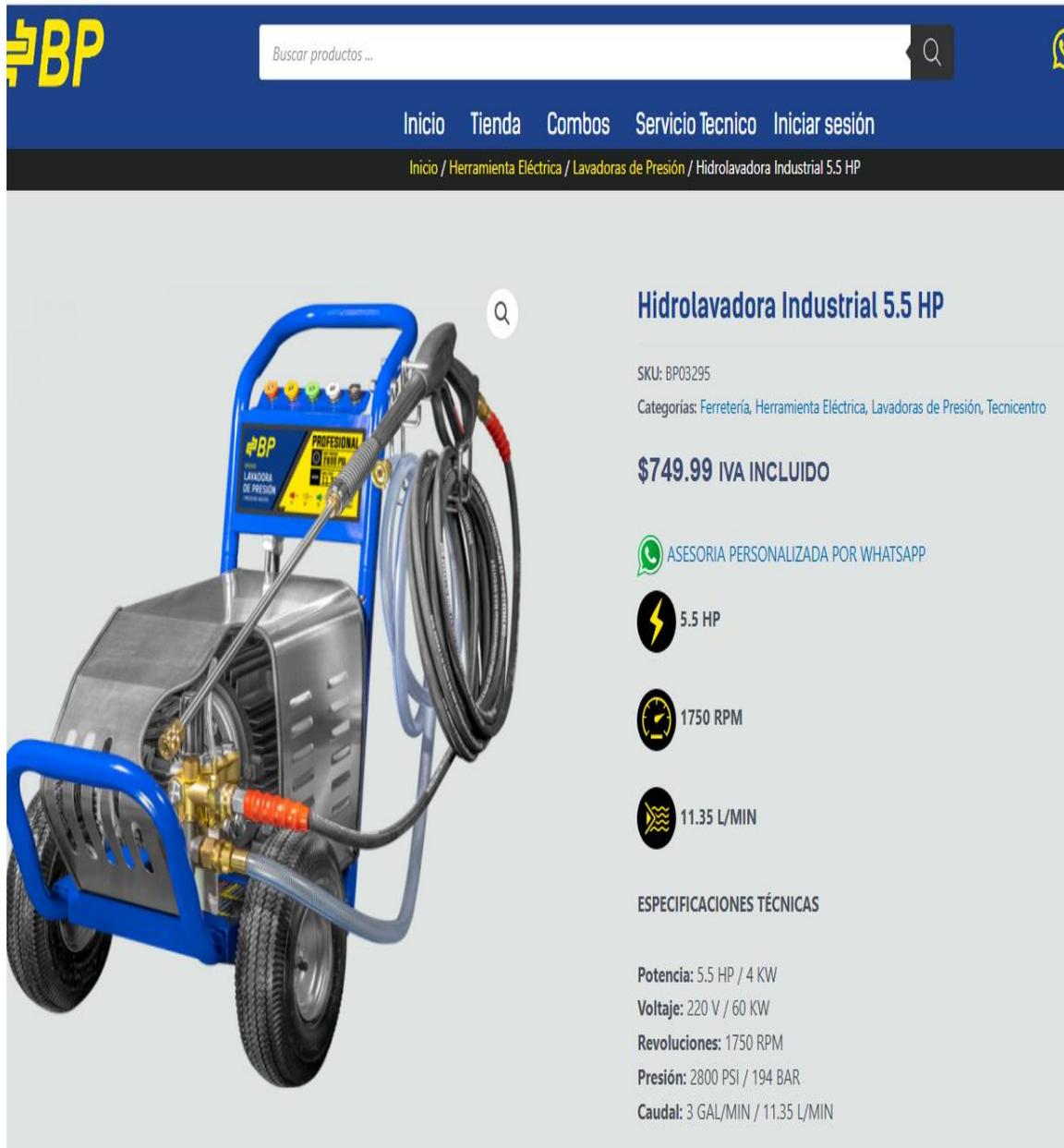
Aspiradora Agua / Polvo 60L

Descubre la versatilidad definitiva en limpieza con nuestra potente aspiradora agua polvo de la marca Soteco, que va más allá de las expectativas convencionales. Diseñada para aspirar tanto sólidos como líquidos, esta herramienta imprescindible se adapta a cualquier entorno, desde el hogar hasta entornos comerciales como escuelas, oficinas, hoteles y restaurantes.

Con un rendimiento excepcional, nuestra aspiradora es tu aliada perfecta para eliminar polvo de pisos, alfombras, rincones y mucho más. Su diseño inteligente la hace especialmente eficaz en la limpieza básica diaria, proporcionando resultados de aspiración



Anexo 4. Hidrolavadora Industrial



BP

Buscar productos ...

Inicio Tienda Combos Servicio Técnico Iniciar sesión

Inicio / Herramienta Eléctrica / Lavadoras de Presión / Hidrolavadora Industrial 5.5 HP

Hidrolavadora Industrial 5.5 HP

SKU: BP03295

Categorías: Ferretería, Herramienta Eléctrica, Lavadoras de Presión, Tecnicentro

\$749.99 IVA INCLUIDO

 **ASESORIA PERSONALIZADA POR WHATSAPP**

-  **5.5 HP**
-  **1750 RPM**
-  **11.35 L/MIN**

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Potencia: 5.5 HP / 4 KW
Voltaje: 220 V / 60 KW
Revoluciones: 1750 RPM
Presión: 2800 PSI / 194 BAR
Caudal: 3 GAL/MIN / 11.35 L/MIN

Anexo 5. Bomba de alta presión

Equipo y Componentes Industriales > Máquina de Limpieza > Hidrolimpiadora



196cc para el lavado de coches gasolina bomba de agua de alta presión

US\$ 139,00 50-99 Piezas	US\$ 138,00 100-234 Piezas
US\$ 137,00 235-584 Piezas	US\$ 135,00 585+ Piezas

[Conseguir Precio Último >](#)

Detalles de Producto >

Personalización:	Disponible
Garantía:	1 año para lavadora de alta presión
Aplicación:	tienda de belleza de automóviles

[Contactar al Proveedor](#) [Charlar](#)

Taizhou Genour Power Machinery Co., Ltd. >
Fabricante/Fábrica & Empresa Comercial

Clasificación ★★★★★ 5.0

Miembro Diamante Desde 2009

Anexo 6. Elevador de Vehículo

Buscar Q

[Inicio](#) [Nosotros](#) [Tienda On-line](#) [Servicios](#) [Catálogos](#) [Galería](#) [Contacto](#) [Equipos, Servicios y Gestión Especializada para la In](#)

[Inicio](#) / [ELEVADOR HIDRAULICO DE PISTON PARA LAVADO 4Tn SUMAK](#)



Desplace el mouse para acercar o alejar la image 

ELEVADOR HIDRAULICO DE PISTON PARA LAVADO 4Tn SUMAK

COD/SKU: ME-WL 4T SA

Elevador hidráulico de pistón especial para lavado, carwash, grifos . silencioso, opera d
muy resistente al agua por su doble recubrimiento de cromo duro. Soporta 4 ton. Line
Hecho en India.

CANT: ▲ ▼ AÑADIR A PEDIDO



Cotice todo lo que su empresa
Descuentos especiales al por n

 Compra fácil
y 100% seguro  Paga con tarjeta de
crédito y débito:  

[COMPARTIR](#) [IMPRIMIR](#)

Anexo 7. Taladro Eléctrico



Todas ▾

Galaxy S25 | iPhone 16 | Productos de seguridad | Piezas de repuesto | PULUZ | Accesorios de Samsung | Watch Band






Comprar por categorías ▾
Nuevos productos
Envío directo
Precio mayorista
Abastecimiento de OEM
Accesorios
Almacenes de ultramar
Ofertas especiales

Todas las Categorías » Accesorio para Vehículo » Mantenimiento de coche » Suministros para lavado de autos








Juego de herramientas de lavado de autos con cepillo de limpieza de hendiduras de taladro eléctrico 8 en 1, tamaño: un modelo (amarillo)

Precio: **\$5.08**

 [Comprar en la aplicación ▾](#)

Opciones: [Comprar a granel](#)






- 1 +

Añadir al carrito

Comprar ahora

Dropship on Shopify

País / Región: Seleccione un país ▾ Costo de envío: de  [Más métodos](#)

Compre a precios más bajos en función del monto acumulado del pedido en los últimos 180 días.

1 unidad	2+ Unidades	10+ Unidades	20+ Unidades	50+ Unidades	100+ Unidades	200+ Unidades
\$5.08	\$5.03	\$4.98	\$4.88	\$4.72	\$4.52	\$4.37

Gerente de ventas: Ms. Erika



 Consulta en línea

 +86-13168794376

 [Sunsky.Erika](#)

 Precio coincidente

 [Informe de error](#)



Siempre nos esforzamos por proporcionar precios bajos y buena calidad, y prometemos protección de precio y servicio de devolución y cambio.

[Verificar las cláusulas de posventa.](#)

Anexo 8. Pulidora para detailing vehicular

PROMART HOMECENTER

¿Qué estás buscando hoy?

¿Dónde te encuentras?

Herramientas > Herramientas eléctricas portátiles > Pulidoras



Black & Decker SKU: 18404

Pulidora para Automóvil 120W | Black & Decker

Envío a Quito

Precio \$59.99
(Incluye IVA)

Agregar

Revisa la disponibilidad según tu ubicación:

Disponible

Envío a Domicilio
A partir del: 9 de noviembre Desde: \$4
[Ver más >](#)

Disponible

Retiro en tienda
Retíralo desde: 9 de noviembre Costo: Gratis
[Ver más >](#)

mercado libre 25 años

Buscar productos, marcas y más...

Enviar a Quito

Categorías · Cupones 1000 · Ofertas · Tiendas oficiales 1000 · Mercado Play · Vender · Ayuda

Crea tu cuenta · Ingresar · Mis compras

Volver al listado | Accesorios para Vehículos > Otros Vender uno igual | Compartir



Nuevo 

Cepillo Detallado Car Detailing - Accesorios Para Autos

US\$ 3
en 12 cuotas de US\$ 0²⁴ sin interés

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Samborombón, Guayas
[Ver formas de entrega](#)

Cantidad: 1 unidad 3 disponibles

[Comprar ahora](#)

Vendido por VERASANTANASEBASTIAN

 **Compra Protegida**. recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Características del producto

Vendido por VERASANTANASEBASTIAN

Usamos cookies para mejorar tu experiencia en Mercado Libre. Consultar más en nuestro [Centro de Privacidad](#).

[Aceptar cookies](#) [Configurar cookies](#)