

Pregrado

Carrera: Marketing Digital y Ventas

Asignatura (UIC): Plan de Negocio y Marketing Digital

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título en: Técnico Superior en Marketing Digital y Ventas.

Tema: PLAN DE MARKETING DIGITAL DE LA MARCA DETAILING J&D QUE COMERCIALIZA SERVICIOS DE DETALLADO Y PULIDO TIPO ESPEJO, RESTAURACION Y PROTECCION DE PINTURA PARA AUTOS EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO EN EL AÑO 2025.

Autor/es: Vera Macias Jordan
Santana Giler María

Tutor: Danilo Santillán Msc.

Fecha: Marzo de 2025

Autor:



Vera Macías Jordan Francisco

Título a obtener: Técnico Superior en Marketing Digital y Ventas

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: jordan.vera@ister.edu.ec

Autor:



Santana Giler María de la Nube

Título a obtener: Técnico Superior en Marketing Digital y Ventas

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: mariade.santana@ister.edu.ec

Dirigido por:



Gustavo Danilo Santillán Moreta

Título: Magíster en Mercadotecnia.

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: danilo.santillan@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2025 Tecnológico Universitario Rumiñahui

SANGOLQUÍ – ECUADOR

SANTANA GILER MARÍA DE LA NUBE

VERA MACÍAS JORDAN FRANCISCO

PLAN DE MARKETING DIGITAL DE LA MARCA DETAILING J&D QUE COMERCIALIZA SERVICIOS DE DETALLADO Y PULIDO TIPO ESPEJO, RESTAURACIÓN Y PROTECCIÓN DE PINTURA PARA AUTOS EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO EN EL AÑO 2025.

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

**CT-ANX-2025-
ISTER-2-2.1**

Sangolquí, 26 de marzo de 2025.

**MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA**

**MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON
CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO
Presente**

Por medio de la presente, yo, María de la Nube Santana Giler declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Plan de Marketing Digital de la marca Detailing J&D, de la Tecnicatura Superior en “Marketing Digital y Ventas”; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario, los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



MARIA DE LA NUBE SANTANA GILER
C.I.: 1311831752

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

**CT-ANX-2025-
ISTER-2-2.1**

Sangolquí, 26 de marzo de 2025.

**MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA**

**MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON
CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO
Presente**

Por medio de la presente, yo, Jordan Francisco Vera Macías declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Plan de Marketing Digital de la marca Detailing J&D, de la Tecnicatura Superior en “Marketing Digital y Ventas”; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario, los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



JORDAN FRANCISCO VERA MACIAS
C.I.: 1350484661

FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS
EN BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN
DE UNIVERSITARIO

CT-ANX-2025-ISTER-3

CARRERA:

TECNICATURA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS

AUTOR /ES:

JORDAN FRANCISCO VERA MACÍAS

MARIA DE LA NUBE SANTANA GILER

TUTOR (METODOLÓGICO Y ACADÉMICO):

GUSTAVO DANILO SANTILLÁN MORETA

CONTACTO ESTUDIANTE:

0983047493

0987536027

CORREO ELECTRÓNICO:

jovemacias@hotmail.com

nube.luz.29@hotmail.com

TEMA:

PLAN DE MARKETING DIGITAL DE LA MARCA DETAILING J&D QUE
COMERCIALIZA SERVICIOS DE RESTAURACION DE PROTECCION DE
PINTURA PARA AUTOS EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO EN EL AÑO 2025.

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL

El presente plan de negocio tiene como objetivo desarrollar un proyecto que sea rentable y amigable con el medio ambiente considerando el mercado de detailing automovilístico, respondiendo a la alta demanda de personas que tienen vehículos y requieren un servicio para mantenerlos limpios y brillosos, pero que no tienen a su disposición el tiempo suficiente para llevarlo a una lavadora de autos o a un taller de detailing automovilístico. Por eso el presente proyecto busca una solución al problema mencionado satisfaciendo al mercado ubicado en la ciudad de Portoviejo provincia de Manabí.

El detailing automovilístico se realiza en base a productos biodegradables que no producen contaminación y de esta manera se evita el desperdicio de agua; además que tiene la ventaja de realizarse a domicilio.

En base al análisis de las fuerzas de Poder y un estudio Foda se genera un diagnóstico considerando los factores externos e internos que afectan al negocio, así como al entorno en general. Se realiza un estudio de mercado el mismo que identifica la preferencia de los clientes mediante la implementación de encuestas y de esta forma proponer estrategias de mercado para ingresar en la esta industria.

Contamos con estrategias comerciales de marketing digital para llamar la atención a los consumidores mediante el uso de redes sociales. Realizamos un estudio de mercado al que pertenece la marca y así desarrollar un plan de negocios para que la marca se considere la número uno en el servicio de detailing automotriz en la ciudad de Manabí.

PALABRAS CLAVE:

Detailing automotriz

Cuidado de vehículos

Servicios de detailing

Recubrimiento cerámico

Pulido de vehículos

ABSTRACT

This business plan aims to develop a profitable and environmentally friendly project for the automotive detailing market, responding to the high demand from people who own vehicles and require service to keep them clean and shiny, but who lack the time to take them to a car wash or auto detailing shop. Therefore, this project seeks a solution to the aforementioned problem by satisfying the market located in the city of Portoviejo, Manabí province.

Automotive detailing is carried out using biodegradable products that do not produce pollution, thus avoiding water waste. It also has the advantage of being home-based.

Based on the analysis of Porter's forces and a SWOT analysis, a diagnosis is generated, considering the external and internal factors that affect the business, as well as the general environment. A market study is conducted to identify customer preferences through the implementation of surveys, thus proposing market strategies for entering this industry. We employ digital marketing strategies to attract consumers through social media. We conducted a market study of the brand and developed a business plan to position the brand as the number one automotive detailing service in the city of Manabí.

KEYWORDS

Automotive detailing

Vehicle care

Detailing services

Ceramic coating

Vehicle polishing

Firma del Estudiante (AUTOR)
Jordan Francisco Vera Macías
C.I.: 1350484661

Firma del Estudiante (AUTOR)
María de la Nube Santana Giler
C.I.: 1311831752

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-4

Sangolquí, 26 de marzo del 2025.

Sres.-

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON
CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO**

Presente

Yo, MARÍA DE LA NUBE SANTANA GILER, con C.I.: 1311831752 alumno de la Carrera MARKETING DIGITAL Y VENTAS, cedo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO, los derechos de publicaciones del presente trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional para hacer uso de todos los contenidos con fines estrictamente académico o de investigación.

Atentamente,



Firma del Estudiante
María de la Nube Santana Giler
C.I.: 1311831752

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-4

Sangolquí, 26 de marzo del 2025

Sres.-

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON
CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO**

Presente

Yo, JORDAN FRANCISCO VERA MACIAS, con C.I.: 1350484661 alumno de la Carrera MARKETING DIGITAL Y VENTAS, cedo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO, los derechos de publicaciones del presente trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional para hacer uso de todos los contenidos con fines estrictamente académico o de investigación.

Atentamente,



Firma del Estudiante
Jordan Francisco Vera Macías
C.I.: 1350484661

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a Dios, por guiarme y ser mi fortaleza en cada paso de este camino, a mi hijo Christian Alberto quién con su amor y energía ha sido mi mayor motivación para seguir adelante, a mi bebé que está en camino, que es una fuente de esperanza y alegría día tras día.

A mi esposo, por ser siempre incondicional y paciente, por estar siempre a mi lado, por comprender mis ausencias y ser ese cimiento inquebrantable en los momentos más desafiantes de mis estudios y de la vida.

A mi madre, por ser una mujer fuerte y sabia por enseñarme con su ejemplo que el amor y esfuerzo siempre tiene su recompensa, este triunfo también es tuyo, por el apoyo y cariño que siempre me has brindado en toda mi vida.

Agradecimiento

Agradezco profundamente a mis profesores y tutor, quienes con su orientación y dedicación han sido clave en mi formación académica y en la culminación del presente trabajo. Su apoyo y conocimientos han sido invaluable para alcanzar este logro.

Nube Santana.

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado para mi esposa, Delys Santana que me ha apoyado y me ha exigido seguir adelante y no rendirme en mitad de camino, a mi hija Khloe Vera que me da fuerzas para seguir avanzando y así poder darle un futuro mejor, a mi madre, Juana Macias que me dio la educación para ser alguien mejor en la vida y me enseñó a superar cualquier problema.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme sabiduría, a mi compañera Maria Santana por ayudarme en este proyecto, a mis profesores por toda la enseñanza que nos han dado, estoy muy agradecido con el **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI** por darme esta oportunidad de estudio.

Jordan Vera.

RESUMEN

El presente plan de negocio tiene como objetivo desarrollar un proyecto que sea rentable y amigable con el medio ambiente considerando el mercado de detailing automovilístico, respondiendo a la alta demanda de personas que tienen vehículos y requieren un servicio para mantenerlos limpios y brillosos, pero que no tienen a su disposición el tiempo suficiente para llevarlo a una lavadora de autos o a un taller de detailing automovilístico. Por eso el presente proyecto busca una solución al problema mencionado satisfaciendo al mercado ubicado en la ciudad de Portoviejo provincia de Manabí.

El detailing automovilístico se realiza en base a productos biodegradables que no producen contaminación y de esta manera se evita el desperdicio de agua; además que tiene la ventaja de realizarse a domicilio.

En base al análisis de las fuerzas de Poder y un estudio Foda se genera un diagnóstico considerando los factores externos e internos que afectan al negocio, así como al entorno en general. Se realiza un estudio de mercado el mismo que identifica la preferencia de los clientes mediante la implementación de encuestas y de esta forma proponer estrategias de mercado para ingresar en la esta industria.

Contamos con estrategias comerciales de marketing digital para llamar la atención a los consumidores mediante el uso de redes sociales. Realizamos un estudio de mercado al que pertenece la marca y así desarrollar un plan de negocios para que la marca se considere la número uno en el servicio de detailing automotriz en la ciudad de Manabí.

PALABRAS CLAVE: Detailing automotriz, Cuidado de vehículos, Servicios de detailing, Recubrimiento cerámico, Pulido de vehículos

ABSTRACT

This business plan aims to develop a profitable and environmentally friendly project for the automotive detailing market, responding to the high demand from people who own vehicles and require service to keep them clean and shiny, but who lack the time to take them to a car wash or auto detailing shop. Therefore, this project seeks a solution to the aforementioned problem by satisfying the market located in the city of Portoviejo, Manabí province.

Automotive detailing is carried out using biodegradable products that do not produce pollution, thus avoiding water waste. It also has the advantage of being home-based.

Based on the analysis of Porter's forces and a SWOT analysis, a diagnosis is generated, considering the external and internal factors that affect the business, as well as the general environment. A market study is conducted to identify customer preferences through the implementation of surveys, thus proposing market strategies for entering this industry. We employ digital marketing strategies to attract consumers through social media. We conducted a market study of the brand and developed a business plan to position the brand as the number one automotive detailing service in the city of Manabí.

KEYWORDS: Automotive detailing. Vehicle care, Detailing services, Ceramic coating, Vehicle polishing

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL.....21

1.1. Antecedentes

1.1.1 Marketing Digital

1.2. Problema

1.3. Contexto

1.4. Justificación

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

1.5.2. Objetivos Específicos

1.6. Alcance y Resultados Esperados

1.7. Impacto y Beneficiarios

1.8. Modelo de Negocio Digital: B2B, B2C

CAPÍTULO II: PROCESO CREATIVO28

2.1 Logotipo

2.2 Isotipo

2.3 Slogan

2.4 Colores Institucionales, Positivo Negativo, Usabilidad, Aplicaciones

2.5 Historia de la Marca

2.6 Quienes somos

2.7 Core Business

2.8 Filosofía empresarial: Misión, Visión, Valores

2.9 Propuesta de Valor.

2.10 Segmentación y Microsegmentación.

2.11 Propósito de la empresa.

CAPÍTULO III: PROCESO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL37

3.1 Análisis del Entorno/ PESTEL

3.2 Análisis de la Competencia/ 5 FUERZAS DE PORTER

3.3 Identificación de Oportunidades

3.4 Identificación de Amenazas

3.5 Análisis Interno de la Empresa/ CADENA DE VALOR

3.6 Identificación Fortalezas

3.7 Identificación Debilidades

3.8 Matriz FODA INICIAL

CAPÍTULO IV: PROCESO ESTRATÉGICO COMERCIAL48

4.1 Marketing Mix 4Ps

4.2 MARCA/PRODUCTO

4.2.1 Estudio de Marca/Arquetipos de Marca

4.2.2 Reconocimiento de marca

4.2.3 Personalidad de marca

4.2.4 Categoría de productos

4.2.5 Mezcla de productos

4.2.6 Matriz de Ansoff

4.2.7 Matriz de Ciclo de Vida

4.2.8 Matriz BCG

4.3 PRECIO

4.3.1 Cálculo del Margen del portafolio del emprendimiento por categoría

4.3.2 Estrategia de fijación de precios por cada producto o servicio

4.3.3 Punto de Equilibrio de cada producto o servicio

4.3.4 Catálogo de Productos: Características, Beneficios, Precio

4.3.5 Budget en unidades

4.3.6 Budget en dólares

4.4 PLAZA O CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

4.4.1 Estructura del canal total

4.4.2 Estructura del canal Ecommerce

4.4.3 Nichos de mercado por cada canal y su # de potenciales clientes

4.4.4 Per Cápita

4.5 PROMOCIÓN

4.5.1 Plan de Medios: Tradicional y Digital; ATL & BTL

4.5.2 Promoción de Marca: Top of Mind & Dirección estratégica y Plan de Acción

4.5.3 Promociones por Canales: Dirección estratégica y Plan de Acción

4.5.4 Promoción Canal Digital:

- Desarrollo Web**
- Desarrollo Landing Page**
- Email Marketing**
- Posicionamiento SEO Perfil de Negocio**
- SEM: Keywords y Google Ads Presupuesto diario**
- Redes Sociales: Banners E-Promociones, Posters, Infografías**
- Vídeo Online: Youtube Tik Tok**
- Relaciones públicas, webinars e Influencers**

4.5.5 Trade Marketing: Merchandising, Impulsación, Vitrinismo

CAPÍTULO V: PROCESO ESTUDIO DE MERCADO.....58

5.1 Investigaciones de Mercado

- 5.1.1 Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Muestra, Encuesta, Entrevista, Focus Group, Investigación en web**
- 5.1.2 Presentación de resultados gráficos**

- 5.1.3 Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva
- 5.1.4 Conclusiones del estudio Foda
- 5.1.5 Conclusiones Generales de Estudio FODA
- 5.1.6 Selección de variables para el Plan de Negocio Digital
 - 5.1.6.1 Perfil del consumidor
 - 5.1.6.2 Gustos, preferencias e intereses
 - 5.1.6.3 Segmento de mercado
 - 5.1.6.4 Producto o servicio
 - 5.1.6.5 Promoción y Comunicación
 - 5.1.6.6 Precios
 - 5.1.6.7 Forma de compra en el canal de distribución
 - 5.1.6.8 Hábitos de consumo y decisión de compra
 - 5.1.6.9 Forma de pago y logística de entrega
- 5.1.7 Planificación estratégica: Objetivos, Estrategias, Metas, Plan de acción, responsables, presupuesto

CAPÍTULO VI: PROCESO LEGAL , ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL Y CONTENIDO..... 92

- 6.1 Normativa del Comercio electrónico en Ecuador y Ley Consumidor
- 6.2 Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador
- 6.3 Organización del Departamento de Inbound Marketing
- 6.4 Puestos claves del Departamento
- 6.5 Funciones del Departamento
- 6.6 Organigrama Orgánico-Funcional
- 6.7 Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología
 - 6.7.1 Buyer Persona
 - 6.7.2 Buyer´s Journey
 - 6.7.3 Sales Process
- 6.8 Técnica lluvia de ideas para Promociones
- 6.9 Técnica lluvia de ideas para Contenido
- 6.10 Plan de Contenidos

CAPÍTULO VII: PROCESO TÉCNICO LOGÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE TODO EL ECOSISTEMA DIGITAL.....97

- 7.1 Presentación Sitios Web actuales
- 7.2 Presentación e integración de todas las redes sociales
- 7.3 Ventaja competitiva de la presencia en Internet
- 7.4 Tienda OnLine
 - 7.4.1 Carrito de Compras
 - 7.4.2 Pasarela de pago
 - 7.4.3 Botón de pago
 - 7.4.4 Proceso Logístico
 - 7.4.5 Presentación de la tienda on line en la web y redes sociales
 - 7.4.6 Presentaciones de transacciones Reales o simuladas
 - 7.4.7 Interpretación del Gráfico Embudo de ventas

CAPÍTULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO	E
INVERSIÓN.....	106
8.1 Gastos de Promoción	
8.2 Asignación de presupuesto mensual y anual	
8.3 Plan de Inversión en plataformas digitales	
8.4 Plan de Inversión en Marketing Tradicional	
CAPÍTULO IX: PROCESO INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE, EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS.....	110
9.1 Resumen de links de todo el ecosistema digital: SitioWeb+Tienda en línea, Fanpage, Instagram, TikTok, Canal Youtube.	
9.2 Conclusiones	
BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA.....	113
ANEXOS.....	114

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Segmentación y microsegmentación – personas de 25 a 60años.....	34
Gráfico 2 - Frecuencia de uso de servicios de Detailing en Portoviejo.....	62
Gráfico 3 – Disposición a pagar por servicios principales.....	63
Gráfico 4 – Embudo de ventas Detailing J&D.....	105

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL

1.1 ANTECEDENTES

El incremento del mercado automotor en el Ecuador cada vez más amplio, teniendo un 30% más que el año pasado, debido a las facilidades de pago al momento de la compra, en donde el usuario puede adquirir un crédito con algunas instituciones financieras, y con poca cuota de entrada. Además, realizando una comparación de ingresos de un hogar promedio en el país, varias familias consideran el endeudarse y comprarlo o ahorrar, lo cual es algo normal que en otras épocas resultaba un lujo el tener un vehículo y únicamente pocos hogares lo podían conseguir. (El Telégrafo, 2018).

En base a lo mencionado, el aumento de los vehículos, también pueden incrementar otro tipo de mercados que se encuentran ligados a ellos, como la gasolina, neumáticos, repuestos y diversos productos dedicados para los automotores. De igual manera se visualiza un crecimiento en el sector relacionado con los servicios como seguros, servicio técnico y rastreo satelital entre los principales.

El detailing de autos se considera dentro del sector de los servicios el cual puede aplicarse por dentro, fuera, en el motor, accesorios, pulida entre lo más destacados. De igual forma la mayoría de las personas que poseen un vehículo se interesan en conservarlo impecable y limpio, siendo esta una tendencia en la mayoría de ciudades grande.

1.1.1 MARKETING DIGITAL

Objetivo: Atraer nuevos clientes, mantener a los existentes y posicionar a Detailing J&D como marca líder en el mercado del detallado automotriz

Estrategias de Marketing Digital

Redes Sociales

Crear contenido atractivo como tutoriales, antes y después, consejos de cuidado del automóvil, y detrás de escena.

Conectar con los seguidores, responder a mensajes y comentarios

Utilizar campañas de anuncios en plataformas como Instagram y Facebook para conseguir un público mayor.

Colaborar con influencers del mundo automotriz para aumentar la visibilidad.

Email Marketing

Ofrecer incentivos como descuentos o contenido exclusivo para alentar a los clientes a suscribirse.

Personalizar los correos electrónicos en base a los intereses y el comportamiento de los clientes.

Implementar herramientas de automatización que permitan generar correos electrónicos en momentos determinantes, como después de una compra o en fechas especiales.

Publicidad Online

Utilizar anuncios de búsqueda y display para conseguir clientes potenciales.

Crear publicidad por ejemplo: campañas publicitarias en TikTok, Instagram y Facebook.

Marketing de Contenidos

Publicar artículos sobre temas relacionados con el cuidado del automóvil, como consejos para mantener el brillo, proteger la pintura o limpiar el interior.

Crear tutoriales en video, reseñas de productos y vlogs para compartir en YouTube y otras plataformas de video.

Diseñar infografías para explicar conceptos complejos de manera visualmente atractiva.

Programas de Fidelización

Ofrecer descuentos a clientes frecuentes y en ocasiones especiales.

Recompensar a los clientes por cada servicio contratado.

Acceso a servicios premium o productos exclusivos.

Asociarse con talleres mecánicos, concesionarios de automóviles y tiendas de accesorios.

Promocionar los servicios de Detailing J&D en otros negocios y viceversa.

1.2. Problema

En la actualidad es importante señalar que un trabajador que va a realizar algún trabajo en un hogar debe cumplir con ciertas expectativas de profesionalismo, puesto que los trabajadores sin la debida formación o, en algunos casos, sin un proceso adecuado de selección realizada con anterioridad, puede generar no solo insatisfacción en los clientes, sino también riesgos de seguridad, ya que hoy en día la delincuencia ha crecido significativamente, es por ello que la gente desconfía a la hora que un desconocido ingrese al hogar a realizar un servicio requerido.

Además de esto, cuando se decide ampliar el horario de trabajo sin una planificación adecuada, puede ocurrir que los trabajadores no estén aptos para trabajar, lo que afecta su rendimiento e incrementa el riesgo de cometer errores al momento de trabajar.

En otros casos, la falta de preparación también puede implicar que el trabajador no tenga las habilidades necesarias para realizar la tarea de forma segura, lo que podría ocasionar daños tanto al cliente o en este caso a el vehículo.

Si bien algunos usuarios podrían sentirse atraídos por precios más bajos, a la larga comprendería que la competencia ofrece un servicio inferior a sus expectativas, con mayor riesgo de seguridad y daños a la propiedad a pesar de mostrarse ser más económicos, esto alimenta la desconfianza que genera contratar desconocidos para trabajos a domicilio.

Es importante entender que la competencia no debería basarse exclusivamente en el precio o la amplitud de los horarios de trabajo, sino en ofrecer un servicio de calidad, un proceso adecuado de selección de personal, formación constante y asegurando la seguridad de los clientes. De esta manera, no solo se garantiza la satisfacción del usuario, sino también se forma lealtad y confianza a largo plazo.

Por ello, Detailing J&D debe invertir en mejorar sus procesos internos, en contratar personal capacitado y ofrecer garantías que brinden seguridad tanto a los clientes como a los trabajadores.

En estos mercados reside en ofrecer un servicio de calidad superior, no solo en competir por precios u horarios. Esto implica una cuidadosa selección de personal, formación continua y, fundamentalmente, garantizar la seguridad del cliente.

Así, se asegura no solo la satisfacción del consumidor, sino que se crea una fidelización a largo plazo. Para prosperar Detailing J&D debe optimizar sus procesos internos, contratar personal calificado y garantizar la seguridad de clientes y empleados.

La creciente delincuencia y la competencia en el sector servicios han dado lugar a un panorama complejo donde los clientes enfrentan dificultades para confiar en los trabajadores que ingresan a sus hogares.

1.3. CONTEXTO

En Detailing J&D, nos apasiona transformar tu automóvil en una obra de arte sobre ruedas. Somos un equipo de profesionales que se dedican al detallado, limpieza y pulido de vehículos mediante el uso de productos de altísima calidad y técnicas que consiguen resultados excepcionales.

Según (Detail Park, 2018), indica que el detailing conocido como detallado de autos consiste en un procedimiento completo de limpieza, protección y restauración del vehículo, en su parte externa e interna. Considerando esto, el enfoque de la empresa se centra en la atención a detalle para conseguir el agrado del cliente. Nos damos el tiempo suficiente para entender las preferencias y necesidades del consumidor, y trabajamos con ímpetu para mejorar sus expectativas.

Ofrecemos variedad de servicios asociados con el pulido y detallado, los cuales pueden ser desde el lavado manual, aspirado de interiores, protección de superficies externas y pulido

de pintura. De igual manera, ofrecemos servicios especializados tales como la eliminación de manchas difíciles, restauración y protección de pintura.

Nos enorgullecemos de utilizar solo los mejores productos del mercado, como Meguiar's, que son “productos multipropósitos desarrollados para limpiar manchas y suciedades que el jabón y agua no pueden remover”. (Depa Chile, 2023)

Estos productos están diseñados para proporcionar los mejores resultados posibles sin dañar la pintura o los acabados de tu automóvil.

Nuestro equipo está altamente capacitado y tiene años de experiencia en el detallado y el pulido de automóviles. Estamos comprometidos con la excelencia y nos esforzamos por brindar un servicio excepcional a cada cliente.

1.4. JUSTIFICACIÓN

El emprendimiento nació por una necesidad económica con esperanzas de tener un ingreso extra para solucionar los gastos del día a día, llegando a un momento en no saber qué hacer con las deudas al ver que no sobraba mucho dinero y a veces no quedaba. Al ser conocedores de vehículos y ser apasionados con la limpieza llegamos a tener la idea de este gran emprendimiento que ha llegado a dar frutos con el pasar del tiempo.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Ampliar significativamente la base de datos de los clientes de Detailing J&D para el servicio a domicilio, fortaleciendo la presencia online y posicionándolo como la opción preferida en el área de cobertura.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Lograr un incremento mensual en la fidelización de los clientes para que repitan la frecuencia de detailing en el mes.

Posicionar al emprendimiento como el número uno por la calidad de servicio que se ofrece, además la excelente atención a los clientes a la hora de agendar y realizar el trabajo a domicilio.

Mejorar la visibilidad online para así llegar a más personas y crear encuestas del nivel de satisfacción de los clientes por la atención y el trabajo realizado.

Establecer un servicio de detailing de autos a domicilio que sea amigable con el medio ambiente y genere rentabilidad.

1.6. ALCANCE Y RESULTADOS ESPERADOS

Se espera un incremento en la fidelización de los clientes con una mayor tasa de retención y repetición de los servicios, un posicionamiento como líder en calidad con una reputación consistente y alta satisfacción del cliente, una mejora en la visibilidad online con un aumento de tráfico web y leads, y el establecimiento de un servicio rentable y sostenible con prácticas ecológicas, teniendo un crecimiento integral del negocio.

1.7. IMPACTO Y BENEFICIARIOS

Impacto a los clientes

Para Detailing J&D, lo más importante se encuentra en la satisfacción de cada uno de los clientes. Por esta razón, nos esforzamos en brindar un servicio que produzca una diferenciación en sus vidas. Después de tener un día agitado en el trabajo resulta satisfactorio encontrar su vehículo impecable, reluciente, tal y como si recién hubiera salido del concesionario. Este sentimiento de satisfacción y bienestar pretendemos generar al cliente en cada servicio. Como el tiempo se considera un recurso primordial, ofrecemos la comodidad de llevar el servicio de detailing directamente a su domicilio, evitando desplazamientos y esperas sin sentido. Además, nos tomamos el tiempo para conocer las necesidades y gustos de cada cliente, realizando un servicio personalizando que garantice los mejores resultados. El servicio que ofrecemos no tiene que ver únicamente con la

estética, si no que un vehículo con buenos cuidados incrementa su vida útil y mantiene su valor, lo cual es proporcional al ahorro a largo plazo para los clientes.

Beneficiarios

Los principales beneficiarios del servicio son sin duda nuestros clientes. Estos buscan obtener un servicio de calidad, personalizado y a precios convenientes, que les permita mantener su vehículo impecable sin sacrificar su tiempo ni salir de casa. Además, nos enorgullece contribuir al cuidado del medio ambiente al utilizar productos ecológicos y técnicas de limpieza eficientes.

Impacto Social y ambiental

Creemos que los procedimientos establecidos en nuestro trabajo generan un impacto positivo tanto a la sociedad como al medio ambiente. Un vehículo limpio y bien cuidado no solo mejora el estilo de vida de sus ocupantes, sino también fomenta hábitos de cuidado y conciencia ambiental. Además, al ser un emprendimiento, generamos oportunidades de empleo. Y en cuanto al medio ambiente, nos esforzamos por disminuir el desperdicio de agua y utilizar productos ecológicos en cada servicio. También promovemos el reciclaje de materiales, porque creemos que cada pequeña acción cuenta para preservar nuestro planeta.

Beneficiarios directos e indirectos

Además de nuestros clientes y nuestro equipo de trabajo, nuestro negocio beneficia a una amplia red de personas y organizaciones. La industria automotriz se beneficia del mantenimiento del valor de los vehículos, nuestros proveedores de productos y equipos se benefician del crecimiento de nuestro sector, y la comunidad local se beneficia del desarrollo de la economía y la generación de empleo. Incluso la industria del turismo puede beneficiarse, ya que el detailing automotriz es un servicio complementario atractivo para los visitantes.

1.8. MODELO DE NEGOCIO DIGITAL

Modelo de Negocio B2B (Business-to-Business)

Aunque nuestro enfoque principal es el cliente individual, también vemos potencial en colaborar con empresas que valoran la imagen de sus vehículos. Imaginamos trabajar con compañías que tiene flotas de vehículos para ejecutivos o equipos de ventas, donde la presentación es clave. Les ofrecemos la conveniencia de llevar nuestro servicio de detailing directamente a sus oficinas o ubicaciones designadas, adaptándonos a sus horarios y necesidades. Entendemos que, para estas empresas , mantener sus vehículos impecables proyecta profesionalismo y cuidado, lo cual es esencial para su imagen corporativa. Buscamos establecer relaciones a largo plazo ofreciendo paquetes de servicios personalizados y descuentos por volumen. La comunicación sería directa, con visitas a las instalaciones y presentaciones personalizadas.

Modelo de Negocio B2C (Business to Consumer)

Nuestra pasión fundamental es incentivar la limpieza vehicular directamente en el hogar de cada uno de nuestro clientes. La especialidad de nuestra empresa es la de atender a los propietarios de vehículos de alta gama y apasionados por el automovilismo, ofreciendo nuestros servicios de detailing exclusivo y personalizado sin necesidad de salir de casa. Comprendemos que la comodidad es un factor indispensable para todos los clientes, por esta razón nos movilizamos directamente hasta la puerta de nuestros usuarios, convirtiendo los garajes en talleres profesionales de detailing de manera temporal. Nuestro esfuerzo es para que el cliente tenga una experiencia inolvidable a través la aplicación de productos de alta calidad, así como técnicas avanzadas, revalidando que no requiere salir de casa para obtener el servicio. Para poder conseguir este tipo de clientes, se han implementado planes de marketing digital, programa de referidos y colaboraciones con empresas que consideran la comodidad de sus clientes.

Estrategias de Crecimiento

Para mantener un crecimiento constante en los aspectos empresariales y con los clientes, nos enfocamos en ampliar el área de servicio domiciliario implementando técnicas nuevas como la protección cerámica y la limpieza profunda de interiores, lo cual permitirá fortalecer la marca Detailing J&D como líder en el área de servicio de detailing a domicilio para vehículos particulares. Estamos comprometidos con el perfeccionamiento de nuestros procesos internos y mejora de la experiencia del usuario a través de herramientas digitales que faciliten la reserva y el seguimiento de los servicios.

CAPÍTULO II: PROCESO CREATIVO

El proceso creativo según (Universidad Europea Online, 2024) es un conjunto de fases desarrolladas para poner la herramienta de la creatividad al servicio de resolver un problema o realizar un proyecto. Es debido a esto que el proceso para la creación de una marca consta de diversos pasos y decisiones estratégicas que una empresa requiere para desarrollar su identidad frente a la percepción de los consumidores de sus productos o servicios. Este procedimiento es indispensable para determinar cómo está posicionada la marca en el mercado, al igual que la forma en la que la empresa se comunica con su público y su diferenciación con la competencia. Cuando se diseña una marca se consideran los elementos visuales correspondientes al logo, colores y tipo de letra, así como aspectos que no se demuestran a simple vista tales como el tono de voz, valores que representan y la experiencia del cliente.

2.1 Logotipo

Diseño: Se recomienda un logotipo que simbolice el cuidado, limpieza y brillo, incorporando elementos tales como gotas de agua, un automóvil estilizado o herramientas de detallado.

Tipografía: Se debe escoger una fuente que sea legible y de una impresión de modernidad, que transmita profesionalismo y elegancia.

Color: Una paleta de colores que evoque sensaciones de limpieza y frescura, utilizando tonos de color negro, blanco y rojo.



2.2. Isotipo

Símbolo: Un elemento gráfico que complementa el logotipo y fortalece la imagen visual de la marca. Este puede ser una versión simplificada del logotipo o un símbolo abstracto vinculado al detailing.



2.3. Slogan:

En la parte de abajo del logo, se encuentra un slogan, el cual dice "Tu auto reluciente sin moverte de casa", el cual le dice al consumidor, la propuesta de valor de la empresa.

2.4. Colores Institucionales

Gris claro #d9d9d9

Azul claro # 55acee

Rosa Pastel Suave # f9e0cf

Rojo Coral # ff6f75

Amarillo Dorado # ffb447

Rojo Intenso # b60101

Negro #000000

2.5 Historia de la Marca

Detailing J&D comenzó en el año 2022 como un emprendimiento a domicilio en pareja para tener ingresos extras en días no laborables, al ver la alta demanda de personas que deseaban tener su vehículo impecable pero no tenían el tiempo necesario para llevarlo al taller y cuando tenían tiempo, el taller estaba cerrado. En ese instante nació la idea de hacer un emprendimiento a domicilio para la comodidad del cliente, Detailing J&D ofrece

distintos tipos de servicio y precios acorde a la necesidad del cliente, y un personal apto para brindar un servicio de calidad. El personal se encuentra altamente capacitado con herramientas y procesos los cuales sirven para mejorar el trabajo requerido y optimizar el tiempo para que el cliente pueda realizar sus actividades en el vehículo si es necesario.

El servicio con mayor demanda que ofrece Detailing J&D es la pulida tipo espejo y el recubrimiento cerámico que da un brillo duradero y una protección contra rayones, rayos UV y alarga la vida de la pintura. Cada proceso brindado es revisado con mucho detalle previamente a ser entregado el vehículo al cliente, la limpieza de interiores es sumamente detallada al momento de darle tratamiento a los plásticos de interiores, asientos, piso, alfombra y motor.

2.6. Quiénes somos

En Detailing J&D, somos un equipo entusiasta del cuidado automotriz, comprometido a ofrecer servicios de detallado a domicilio de la más alta calidad. Conocemos que tu tiempo es importante, por eso nos dedicamos a darte una experiencia cómoda y satisfactoria, llevando a tu puerta la experiencia del detallado.

Nuestro equipo

Contamos a nuestra disposición con un grupo de profesionales sumamente capacitados con mucha experiencia en el servicio de detallado automotriz. Cada miembro del equipo tiene un compromiso fundamental en conseguir la perfección y satisfacción para cada cliente. Nos mantenemos actualizados con las técnicas y productos más innovadores que se encuentran en el mercado para garantizar resultados impecables en cada servicio que ofrecemos.

Nuestra pasión

Más que ofertar el servicio de detallado automotriz, mantenemos vigente la pasión por los automóviles. Nos motiva mirar cuando un vehículo se transforma al recibir el cuidado

adecuado, lo cual genera orgullo al observar que contribuimos con mejorar la experiencia de conducción de nuestros usuarios. Nos esforzamos para que el cliente sienta la pasión con la que ejecutamos cada servicio generando satisfacción y valor al resultado final. Sin embargo, Detailing J&D no representa únicamente la necesidad de un servicio en el mercado, si no que incentiva un anhelo personal para generar grandes ingresos. La pasión por los vehículos, así como el deseo de generar un negocio se combinaron para iniciar con este proyecto. Desde nuestros inicios, el compromiso ha sido brindar un servicio excepcional al cliente. Nuestro objetivo principal es mejorar las expectativas planteadas por nuestros clientes, ofreciendo resultados impecables, así como una experiencia cómoda y ninguna complicación. Con el tiempo, Detailing J&D ha crecido y evolucionado, adicionando nuevos servicios y adecuándonos a las nuevas tecnologías y tendencias del mercado. No obstante, la esencia de la empresa prevalece intacta ofreciendo el servicio de detallado de vehículos centrados en la comodidad, calidad y satisfacción del usuario.

2.7. Core Business

Servicios de detailing a domicilio

Ofrecemos una experiencia de detailing en la puerta del domicilio de nuestros clientes, sin la necesidad de que existan desplazamientos y tiempos de espera. Nos adaptamos a los horarios y ubicaciones específicas de cada cliente, brindando un servicio flexible y cómodo.

Enfoque en la calidad

Utilizamos productos y técnicas de alta calidad que permitan garantizar los mejores resultados. Prestamos especial atención a cada detalle y personalizamos el servicio de acuerdo con los requerimientos de cada vehículo.

Atención al cliente

Nuestro compromiso está en ofrecer al cliente un servicio de calidad manteniendo valores como la confianza, respeto y comunicación. Buscamos generar relaciones de fidelidad con nuestros clientes, promoviendo la lealtad y la recomendación para que exista un compromiso a largo tiempo. Nuestra actividad principal está centrada en el detailing de vehículos a domicilio, ofreciendo una variedad de servicios los cuales incluyen la limpieza, pulido, encerado y otros tratamientos estéticos, con el objetivo de mantener los automóviles en perfectas condiciones.

2. 8 Filosofía Empresarial: Misión, Visión y Valores

Misión

Brindar servicios de detailing de alta calidad para vehículos a domicilio utilizando equipos y productos de última tecnología, superando las expectativas de cada cliente promoviendo su comodidad y satisfacción.

Visión: Producir un cambio en el concepto de detailing de vehículos, convirtiéndonos en una empresa líder del servicio a domicilio en la región, reconocidos por ofrecer excelencia, profesionalismo y dedicación al cliente.

Valores

Calidad, profesionalismo, compromiso, confianza, y dedicación al cuidado de los automóviles.

2.9. Propuesta de Valor

En Detailing J&D, tenemos el compromiso de transformar la experiencia del cuidado vehicular, llevándolo hasta la puerta de su hogar. Comprendemos que cada vehículo es único y se relaciona con la personalidad de los dueños, por esta razón nos dedicamos a ofrecer un servicio de detailing Premium, bien adaptado a cada una de las necesidades de cada cliente. Nuestra especialidad está en atender a todos los clientes que valoran la

excelencia, dueños de vehículos de gama alta, así como amantes del automovilismo que requieran un cuidado garantizado sin salir de casa.

Para conseguirlo, nos trasladamos directamente a la vivienda de nuestros clientes, permitiendo convertir su garajes en un taller especializado y temporal para detailing, con la ayuda de nuestros productos de alta gama y técnicas de última generación. Nuestro objetivo es generar experiencias inolvidables las cuales consideren importante a cada detalle y sobre todo a la satisfacción del cliente. La tecnología es una consideración primordial en nuestro servicio. Mediante una plataforma en línea intuitiva, los clientes pueden hacer la reserva de nuestros servicios de manera sencilla, logrando personalizar cada aspecto del detailing y así mantenerse informados al instante sobre progreso de su vehículo.

La transparencia y la confianza son otros aspectos importantes de nuestro negocio. Mantenemos una comunicación constante con cada cliente, enviando fotos y videos del proceso solicitado, en base al asesoramiento personalizado con respecto al cuidado de sus vehículos. Además, se genera una comunidad en línea, donde nuestros clientes pueden compartir consejos y sugerencias.

Nuestra visión es consolidar Detailing J&D como empresa líder en el servicio de detallado automotriz a domicilio, expandiendo el área de servicio y adoptando cada día nuevas técnicas y productos innovadores que estén en el mercado. Para esto, invertimos en el desarrollo de los procesos internos y en la mejora continua de la experiencia del cliente, mediante herramientas digitales que facilitan la reserva, el seguimiento y la gestión de cada servicio.

2.10. Segmentación y Microsegmentación

Se considera que nuestro grupo objetivo está conformado por personas de entre 20 a 60 años de edad que tengan vehículos de baja, media y alta gama y los cuales se identifican en base al siguiente segmento.

Segmentación y microsegmentación - personas de 25 a 60 años.

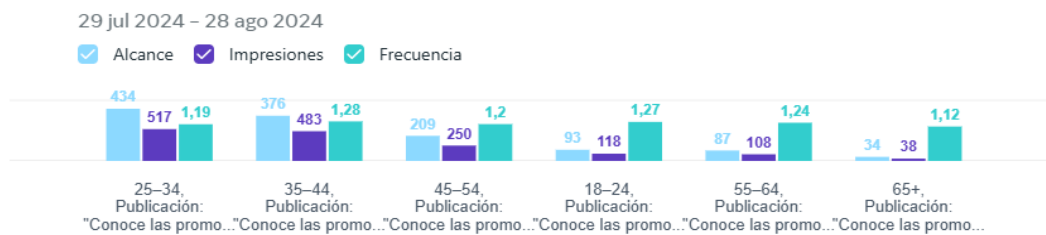


Gráfico 1: Segmentación y microsegmentación - personas de 25 a 60 años

Segmento 1.- Adultos Jóvenes y de Mediana edad (20-45 años)

Grupo conformado por profesionales, jóvenes familias y emprendedores que requieran mantener sus vehículos en las mejores condiciones, ya sea por razones estéticas, confort o revalorización.

Segmento 2.- Adultos Establecidos (46-60años)

En este segmento se encuentran a los individuos que poseen mayor estabilidad económica y más tiempo disponible, los cuales buscan servicios de detallado más completos y personalizados.

Estos clientes valoran aspectos como la calidad, experiencia, confianza y atención a cada detalle considerando que el servicio debe proporcionarles ahorro de tiempo y esfuerzo.

Segmento 3.- Propietarios de Vehículos de Gama Alta

Aunque es el más reducido, en este se encuentran aquellos que poseen vehículos de lujo lo cual exige un servicio de detailing especializado y con mayor calidad.

Microsegmentación

Dentro de cada uno de estos segmentos, podemos identificar microsegmentos aún más específicos:

Profesionales Urbanos

Este microsegmento corresponde a habitantes que trabajan en la ciudad y los cuales tienen poco tiempo libre para poder dedicarse al cuidado de sus automóviles.

Características: Usan aplicaciones móviles, valoran la velocidad, flexibilidad, y buscan servicios a domicilio.

Familias Activas

En este microsegmentos se encuentran con familias que utilizan sus vehículos en actividades del día a día, viajes y recreación, y que necesitan un servicio de limpieza y detallado de manera constante.

Características: Requieren servicios que, ajustados a sus horarios, y valoran la limpieza profunda y protección del interior de sus automóviles.

Coleccionistas y Entusiastas de Automóviles

En este microsegmentos se encuentran los usuarios que poseen automóviles clásicos, deportivos o de colección, y los cuales necesitan servicios de detallado de altísima especialización y calidad.

Características: Tienen amplios conocimientos sobre el cuidado automotriz y requieren servicios personalizados y detallados.

Identificaremos cada uno de los segmentos objetivos, los cuales pueden ser desde propietarios de automóviles de lujo hasta personas ocupadas que valoran la comodidad, así como empresas que tienen flotas de vehículos.

2.11. Propósito de la Empresa

Nuestro impulso es la pasión por el cuidado automotriz. Nuestro propósito es otorgar servicios de detailing a domicilio de calidad que cumplan y superen todas las expectativas

de nuestros clientes. Nos dedicamos a ofrecer una experiencia única y personalizada, donde cada detalle se considera importante para que nuestros clientes disfruten la confianza y la satisfacción de conducir un vehículo que se ve como nuevo.

CAPITULO III: PROCESO ESTRATEGICO ORGANIZACIONAL

El Proceso Estratégico Organizacional se compone de actividades y decisiones sistemáticas que una empresa realiza para delimitar su dirección, establecer objetivos a largo plazo, planificar estrategias y ejecutarlas con el fin de lograr el éxito a nivel empresarial. Este proceso tiene una planificación estratégica la cual se debe alinear a los recursos, capacidades y objetivos de acuerdo con las oportunidades del mercado y condiciones de la zona. En otras palabras, se forma un ciclo continuo mediante el cual una empresa formula, implementa y evalúa sus estrategias para que se pueda garantizar que se encuentren en una trayectoria que les permita alcanzar sus metas y mantenerse competitiva con respecto a los otros productos del mercado.

3.1 Análisis del Entorno/ PESTEL

El análisis PESTEL, conocido así por las siglas de Análisis Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal, se considera como una herramienta la cual permite ordenar la planificación de la empresa identificando y analizando el entorno en el cual se desarrolla, obteniendo su estado actual con respecto a las estrategias y aprovechando oportunidades y reduciendo riesgos.



Nota: Modelo PESTEL, según Kotler Armstrong (2018)

Como se muestra, este modelo maneja los riesgos y oportunidades para determinar estrategias que permitan responder preguntas de ¿Cómo?, ¿Cuánto?, ¿Quién?, ¿Por qué?, ¿Qué?, ¿Dónde? y ¿Cuándo?, de las cuales sus respuestas permitirán obtener información sobre las variables que está rodeada y así posicionar a la empresa por delante de su competencia en el mercado del sector en el que se encuentra.

El factor político el cual se relaciona con las subvenciones públicas provenientes del gobierno de turno, los cambios en los tratados comerciales, los cambios de gobierno, la política fiscal del país, y la forma en que se piensa sobre la sociedad y la empresa.

El factor económico, abarca los cambios en la economía del Ecuador, que se relacionan con las políticas económicas del gobierno en funciones. Entre estos factores se encuentran las tasas de interés, niveles de renta, inflación, segmentación socioeconómica de la población, la macroeconomía del país y la tasa de desempleo.

En cuanto al factor social se consideran las tendencias actuales de la sociedad tales como los cambios de moda que influyen en el nivel de consumo, de ingresos, cambios en la forma de comunicación, conciencia por la salud, el nivel de mortalidad y natalidad y las creencias religiosas.

El factor tecnológico por su parte, considera la influencia de nuevas tecnologías y cambios que puedan surgir en un futuro, tomando en cuenta a los agentes de innovación, desarrollo e inversión en inteligencia artificial, nacimiento de tecnologías nuevas dentro de la actividad de la empresa que generen alguna innovación, los cambios en el uso ineficiente de la energía y sus consecuencias, las tendencias en la producción y distribución, la velocidad en la que se aplican cambios de un producto y su plazo de obsolescencia.

En cuanto al factor ecológico se refiere, este toma en cuenta las leyes de protección ambiental, regulaciones con respecto al consumo de energía y reciclaje de residuos, la

conciencia social ecología de la población, las preocupaciones por la contaminación y cambio climático, así como el calentamiento global.

Finalmente, el factor legal considera los cambios en la normativa legal vigente que se relaciona con la empresa y que influyan directamente ya sea positiva o negativamente. Estos pueden ser leyes o regulaciones del empleo, licencias de funcionamiento, leyes de salud y seguridad en el trabajo, derechos de propiedad intelectual (Kosacoff, López, y Pedrazzoli, 2022).

3.2 Análisis de la Competencia/ 5 FUERAS DE PORTER

El modelo de las cinco fuerzas de Porter, indica que la rentabilidad y competitividad estructuran el sector. Para poder posicionarse estratégicamente, se considera que los rivales, proveedores, clientes se consideran como fuerzas existentes proveedoras. En cuanto a los productos sustitutos y entrantes, se consideran como fuerzas existentes en el entorno, que no producen efectos negativos ya que estas 5 fuerzas permiten generar una interacción de competitividad con las empresas relacionadas en el sector (Gallardo, 2012).

Amenaza de nuevos participantes

El ingreso de nuevos competidores se considera como un motivo para generar presión a las empresas en cuanto a inversión, costos y precios. Las economías de oferta, los costos por cambio de proveedor, los beneficios de escala de la demanda, políticas restrictivas, los requisitos de capital y el acceso no equitativo a los canales de distribución se consideran barreras o ventajas que poseen los competidores actuales del mercado frente a participantes nuevos (Oster, 2022).

Poder de negociación de clientes

Los clientes que tienen poder de negociación cuando existe la capacidad de solicitar una reducción de costos y exigir calidad, lo cual produce que los competidores se enfrenten afectando rentabilidad. Los compradores tienen poder cuando son escasos y adquieren en

grandes volúmenes, lo que indica que hay un sector más pequeño donde ellos tienen poderío. Los compradores también se apoderan cuando el servicio que les prestan no tiene una gran diferencia con otro, lo cual produce mayor rivalidad entre los competidores. Otro aspecto para la negociación se da cuando los compradores no tienen remordimiento en cambiar de proveedor debido a la producción local de sus insumos involucrados en sus procesos, lo cual los fortalece y deja de lado a los demás competidores.

Poder de negociación de proveedores

Las empresas tienen dependencia de sus proveedores para la adquisición de insumos, esto produce que el segundo grupo tenga poder para obtener una mayor ganancia cobrando por sus productos precios más elevados, así como el poder de delegar sus costos para que se ajusten a las necesidades del primer grupo. Existen proveedores que surten a varios sectores al mismo tiempo, buscando conseguir margen de utilidad en cada uno de ellos, sin embargo, existen sectores donde el alto volumen de demanda lo cual genera una considerable utilidad, casos en donde los proveedores se dedican a mantener el vínculo en base a precios razonables para el consumidor. De igual manera, existen proveedores los cuales ofrecen una propuesta de valor la cual no tiene sustituto, siendo estos los que tienen más poder en el grupo. Así mismo existen los proveedores que observando las ganancias que tiene la empresa buscan pasar a ser parte del grupo de competidores (Singer, 2017).

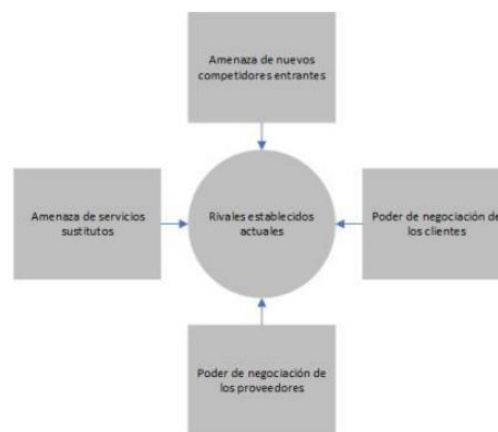
Amenazas de productos sustitutos

Los sustitutos se consolidan como empresas que pueden proveer del mismo servicio o producto, pero presentado de forma diferente al cliente. Cuando existe demasiada variedad de estos sustitutos se define un límite de precios que influye directamente en las ganancias de la empresa. La estrategia de marketing y la propuesta de valor se consideran factores que permite que la empresa sobresalga de la competencia y así evitar afectaciones a su crecimiento y rentabilidad. La operación se suele sentir amenazada cuando los precios y

desempeño de los competidores son cercanos o mejores a los precios que se oferta, igual que cuando el cliente puede reemplazar por un valor más bajo (Tarzijan, 2018).

Rivalidad entre los competidores

Se presenta con alta intensidad cuando se produce en gran número, cuando se dan descuentos en base a un plan de marketing y mejora del servicio y cuando se tiene las mismas condiciones. La rivalidad por participación de mercado aumenta cuando existe un crecimiento lento en el sector y cuando existen altas barreras de escape. Cuando los colaboradores se comprometen con la operación y tienen características de liderazgo la rivalidad entre empresas es más notable.



Cinco Fuerzas Porter

3.3 Identificación de Oportunidades

Para sobresalir en el mundo competitivo del servicio de detailing automotriz a domicilio, se requiere de una diferenciación y conexión con los clientes que resulte efectiva. Una de las estrategias que llaman la atención es la limpieza ecológica que resulta de ofrecer servicios que mantenga prácticas sostenibles. Esto logra atraer a un segmento de clientes que toma muy en cuenta el cuidado del medio ambiente y posiciona a la marca como una empresa consciente y con responsabilidad ambiental.

De igual manera, conocer y atender a ciertos nichos de mercado específicos genera cierta ventaja competitiva con respecto a los competidores. Se puede crear una conexión más fuerte con los cliente cuando se personaliza y adapta el servicio a este tipo de nichos promoviendo la lealtad.

Otro aspecto importante es la tecnología para conseguir la diferenciación. Sistemas como reservas en línea y una aplicación móvil permite a los usuarios solicitar un servicio de manera más sencilla y mejora la comunicación con los clientes. Además, mediante la redes sociales se puede conseguir llegar a una mayor cantidad de público promocionando los servicios de manera efectiva.

Para incentivar la reafirmación del servicio y construir vínculos a largo plazo resulta importante aplicar programas de fidelización que otorguen una recompensa a los clientes habituales. Ofrecer promociones o descuentos exclusivos incentiva de manera eficiente la lealtad del consumidor.

3.4. Identificación de amenazas

Para Detailing J&D, es importante tener conciencia de los factores que pueden generar inconvenientes en el funcionamiento. En cuanto al ámbito político, las regulaciones con respecto al tema laboral, como el incremento del salario mínimo unificado o nuevas normas correspondientes a la seguridad social, pueden incrementar los costos operativos de la empresa. De igual manera, ciertas modificaciones en la ley tributaria pueden afectar la estimación de rentabilidad del negocio. La inestabilidad política en el país tiene un impacto negativo en la economía en general por lo que dificulta la demanda de servicios.

En cuanto a aspecto económicos, una recesión puede menorar el poder adquisitivo de cada cliente, minimizando la utilización de servicios de detailing a domicilio. La inflación puede incrementar los costos de insumos, así como bajar los márgenes de ganancia para la empresa.

Con respecto a la perspectiva sociocultural los cambios en ciertas tendencias pueden producir una afectación en la demanda de los servicios de detailing a domicilio. Si ciertas personas toman la decisión de realizar servicios por su cuenta o si se menora el valor del servicio, son desafíos que se pueden presentar.

Los factores tecnológicos como la obsolescencia de ciertos equipos y productos genera una inversión constante en nuevas tecnologías, lo cual disminuye las ganancias.

Los factores ecológicos también son importantes. El aumento de las regulaciones ambientales, con restricciones en el uso de los productos químicos, podría incrementar el costo de los insumos.

En el ámbito legal, se podría enfrentar demandas por accidentes o daños durante la presentación de los servicios.

3.5. Análisis interno de la empresa/ CADENA DE VALOR

Para ofertar un servicio de calidad de detailing de autos a domicilio, se necesita realizarlo de manera eficiente y responsable, para lo cual resulta necesario obtener equipos y productos de calidad, lo cual es motivo se escoja con criterio los proveedores de pulido, aspirado y productos de limpieza. Adicionalmente, estos deben compartir la filosofía de la empresa en cuanto a evitar desperdicios, cuidar el consumo del agua innecesarios de tal manera que no se genere un alto impacto ambiental.

Considerando esto, no se tomarán en cuenta los proveedores que tengan un alto impacto ambiental y que no dispongan de soluciones para reducir o mitigar el mismo, cuidando la cadena de valor, así como la filosofía de la empresa.

Al promover la cadena de valor desde los proveedores hasta la prestación del servicio garantiza al cliente que el detailing de su vehículo se lo realiza con los aspectos de calidad y responsabilidad fomentados.

Cuando una empresa tiene la capacidad de incrementar sus ventas frente a otra se considera como una ventaja competitiva lo cual se consigue aumentando ventas o reduciendo costos. Este margen se analiza mediante el uso de actividades principales y de apoyo según lo menciona Michael Porter en su libro denominado “Ventaja Competitiva” (Contreras, 2008)



Cadena de Valor indicada por Michael Porter

De esta forma, es indispensable la identificación de las actividades que se aplicarán para mejorar el Margen y así poder concretar la cadena de valor misma que generará un diferenciador y valor agregado frente a la competencia.

Para esto se requiere enlistar las actividades principales y de apoyo tal y como se presenta a continuación:

Actividades Principales

Logística interna: Organizar y Coordinar las citas con los clientes.

Operaciones: Ejecutar el lavado de vehículos con calidad y optimizando recursos.

Logística Externa: Conseguir los tiempos definidos con el cliente para el servicio de detailing del vehículo.

Marketing y ventas: Promocionar Detailing J&D con el uso de redes sociales, descuentos e incentivos.

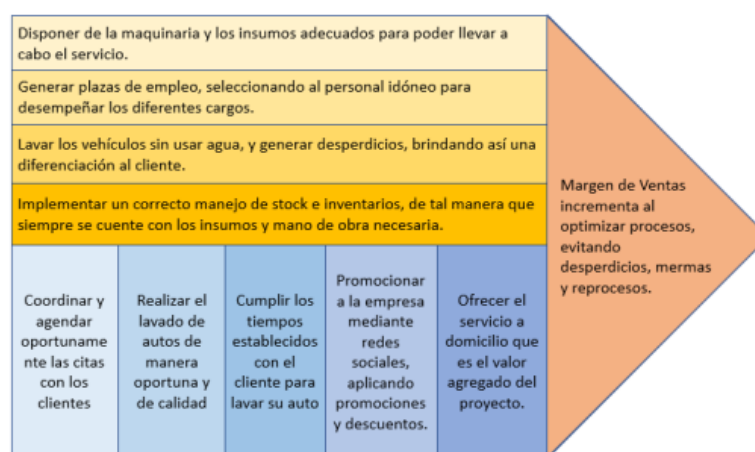
Servicios: Ofrecer el servicio a domicilio lo cual se considera el valor agregado del proyecto.

Actividades de Apoyo

Infraestructura de la Empresa: Disponer de los productos y equipos adecuados para garantizar el servicio.

Gestión de Recursos Humanos: Generar plazas de empleo buscando el personal con las capacidades idóneas para realizar diversas actividades.

Aprovisionamiento: Implementar un control de inventarios y manejo de stock de productos para que siempre se tenga los insumos requeridos para ejecutar el servicio.



Cadena de Valor SMART WASH

3.6 IDENTIFICACION DE FORTALEZAS

Detailing J&D se diferencia a otros locales por brindar un servicio de detailing de vehículos a domicilio y de calidad. La fortaleza principal se encuentra en la conveniencia, lo cual permite que los clientes ahorren tiempo y esfuerzo recibiendo el servicio en la puerta de su hogar. Detailing J&D aplica productos, equipos y maquinaria especializada en garantizar resultados de alta calidad aplicando una atención al detalle en cada vehículo. La personalización del servicio se considera como otro aspecto fundamental ya que se adapta a las necesidades que busca el cliente, así como al tipo de vehículo. Utilizar tecnologías, como aplicaciones para la gestión de reservas mejora la comunicación y optimiza la eficiencia operativa. La imagen profesional de Detailing J&D, transmite confianza y credibilidad gracias al personal que se encuentra debidamente capacitado, así como a la

marca posicionada en el mercado. El equipo tiene como prioridad fidelizar al cliente atendiendo rápidamente los problemas y ejecutando servicios extra cuando sea necesario.

Detailing J&D genera una combinación de tecnología, calidad, personalización y comodidad para garantizar un servicio de detailing a domicilio construyendo relaciones duraderas con cada cliente.

3.7. IDENTIFICACION DEBILIDADES

Detailing J&D presenta ciertos desafíos que deben ser abordados para evitar la limitación del crecimiento y la rentabilidad. El personal resulta una debilidad clara debido a que la calidad ofertada va de acuerdo con la habilidad y actitud del trabajador siendo fluctuante por posibles rotaciones.

Los costos necesarios para movilizar los equipos pueden afectar el margen de ganancia estimado. Estandarizar el servicio es otro reto representativo debido a que mantener la calidad en múltiples sitios y con diferente personal resulta complicado. Para poder expandirse geográficamente, se requiere de inversiones considerables para personal y equipos incrementando la complejidad de gestión de múltiples ubicaciones. La vulnerabilidad en cuanto a factores externos se refiere tales como recesiones o condiciones climáticas adversas, disminuye la demanda del servicio y dificulta la realización del trabajo. Los equipos tecnológicos exponen al personal posibles riesgos cuando pueda ocurrir un fallo en los sistemas de gestión. Finalmente, la complejidad para generar publicidad efectiva considerando que el marketing digital puede ser insuficiente. Detailing J&D requerirá capacitación continua que permita disminuir o mitigar todas estas debilidades, garantizando el crecimiento sostenible de la empresa.

3.8 Matriz FODA INICIAL

MATRIZ DAFO / FODA

unsitiogenial.es

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
· Conveniencia: Servicio a domicilio que ahorra tiempo al cliente para que pueda realizar otras actividades en el hogar · Calidad: Uso de herramienta, productos y técnicas profesionales para resultados impecables · Personalización: Servicios adaptados a cada vehículos y clientes · Fidelización: Atención rápida para la solución de problemas y descuentos o ofertas para clientes recurrentes	· Nichos de mercado: Atención de a clientes con necesidades especiales · Alianzas: Colaboración con empresas complementarias · Marketing digital: Mayor alcance a través de publicidad en redes sociales · Programas de fidelización: Recompensa para clientes habituales
DEBILIDADES	AMENAZAS
· Dependencia del personal: Calidad variable según las habilidades y la actitud · Estandarización difícil: Variación en la calidad de servicios · Limitación de expansión: Inversión y gestión compleja · Vulnerabilidad tecnológica: Dependencia de sistemas digitales · Publicidad limitada: Dificultad para generar publicidad efectiva	· Competencia interna: Rivalidad y presión en los precios · Poder del cliente: Exigencias de reducción de precios y realizar servicios adicionales · Sustitutos: Limpieza propia o servicio más económico · Cambios económicos: Disminución y aumentos de costos · Regulaciones: Cambio de leyes laborales o ambientales · Desastres naturales: Que impida la realización del servicio

CAPÍTULO IV: PROCESO ESTRATÉGICO COMERCIAL

4. 1 Marketing Mix 4Ps

Ofrecemos servicios de detailing automotriz de calidad, los cuales abarcan desde la limpieza interior y exterior hasta la aplicación de recubrimientos cerámicos y tratamientos especializados para el vehículo. Además, tenemos disponible una variedad de productos de limpieza y cuidado automotriz que están disponibles para la venta en línea mediante la plataforma Ecwid.

1.- Producto

Para iniciar con el funcionamiento, se ofrece una gran variedad de servicios de detailing automotriz, los cuales pueden ser la limpieza y cuidado de interiores y exteriores, hasta llegar a tratamientos especiales tales como pulido, encerado, limpieza de tapicerías, protector cerámico, limpieza de motores y restauración de faros. La calidad es el aspecto más importante, lo cual se garantiza con la utilización de equipos y productos de la mejor calidad, un grupo de personal capacitado y experimentado, así como la garantía de satisfacción completa al usuario. Otro aspecto que nos distingue es la comodidad que se le ofrece al cliente, trasladando nuestro servicio directamente al domicilio, lo cual permite adaptarse a las necesidades de cada cliente brindando la opción de utilizar productos ecológicos.

2.- Precio

Los precios se han considerado de acuerdo con la competitividad, ofreciendo tarifas que se encuentran relacionadas con el mercado de Portoviejo. Se han diseñado paquetes de servicios que otorgan descuentos para recompensar la fidelidad de los clientes, ofreciendo precios diferenciados de acuerdo con el tipo de vehículo. De igual manera, se ofrece la opción de crear presupuestos personalizados para cada servicio que desean realizar. Las formas de pago incluyen actualmente el uso de transferencias bancarias y pagos en efectivo.

3.- Plaza

Detailing J&D se encuentra posicionado como un servicio a domicilio, lo cual cubre la zona geográfica definida, pero con una visión de expansión a nuevas áreas de acuerdo con la demanda del mercado. Las reservaciones de servicio se las gestiona mediante la página web y por teléfono, pero brindando atención a los usuarios a través de redes sociales y WhatsApp lo cual asegura una mejor comunicación y más fluida.

Promoción

La promoción se centra en una estrategia digital y local. En el ámbito digital, se utiliza contenido visual atractivo en cada red social, publicaciones en plataformas como Instagram, Facebook Meta Business y TikTok, y se optimiza el sitio web para aumentar el posicionamiento de motores de búsqueda. Ofrecemos descuentos y promociones especiales para atraer a nuevos clientes y recompensar a clientes recurrentes.

4.2 MARCA/ PRODUCTO

Nombre

Detailing J&D

Logotipo



Eslogan

Tu auto reluciente sin meverte de casa.

Identidad visual

Transmitimos una imagen con profesionalismo y confianza, usamos videos demostrativos y un uniforme con marcas de productos de limpiezas que utilizamos, como Meguiers y 3M.

4.2.1. Estudio de Marca/Arquetipos de Marca

Existen varios arquetipos que pueden representar a Detailing J&D como, EL Cuidador, El Proveedor/Artesano y El Cuidador Común. Pero el que más representa a la marca es el Cuidador Común, ya que este arquetipo representa a la persona común la gente trabajadora y honesta, que busca soluciones prácticas y accesibles. Se basa en valores como la honestidad, la sencillas, la práctica y la amigabilidad.

Damos un ambiente de confianza y tenemos una atención genuina con los clientes. Buscamos siempre una comunicación que hable directamente al corazón del cliente, con un lenguaje cálido y accesible, libre de jerga técnica. Preferimos utilizar frases que reflejen preocupación por el bienestar del cliente y el vehículo. Nos esforzamos por demostrar fiabilidad y experiencia, asegurando a cada cliente que su vehículo estará en manos expertas y que la satisfacción es la meta principal.

4.2.2. Reconocimiento de marca

Actualmente Detailing J&D no es muy reconocido por el motivo de que ha estado inactivo durante mucho tiempo por situaciones que ha pasado el país, unas de cada diez personas nos reconocen actualmente por el servicio ya brindado.

4.2.3. Personalidad de marca

Somos percibidos como una marca joven, alegre y confiables. Los clientes tienen la confianza con nosotros por nuestra manera amigable a la hora de comunicarnos con ellos y la cercanía que creamos.

4.2.4. Categoría de productos

Detailing J&D se especializa en la limpieza y el pulido de vehículos a domicilio para dar comodidad a los clientes, ofreciendo una gama de servicios que se pueden calificar en diferentes categorías:

1.-Lavado de carrocería

Es un lavado a mano con una esponja especial para la limpieza de vehículos y utilizamos productos de calidad, limpiamos los rines y las llantas para darle una satisfacción al clientes al demostrarle un lavado profundo. Finalizamos con una franela especial de microfibra.

Descontaminamos el vehículo eliminando contaminantes en la pintura o haciendo el uso del clay bar.

Después de la descontaminación realizamos una pulida para eliminar imperfección y realzar el brillo.

2.-Limpieza de interior profunda

Realizamos un aspirado de asientos, alfombras y el maletero, luego hacemos una limpieza de tapicería de tela o cuero con productos específicos y finalizamos haciendo un tratamiento a los cueros del vehículo.

4.2.5 Mezcla de productos

Detailing J&D se compone de los servicios principales y los servicios adiciones que ofrece a sus clientes. Esta mezcla se puede organizar de la siguiente manera:

A.-Servicio principales

Limpieza detallada y limpieza de interior profunda.

B.-Servicios adicionales

Servicios personalizados y paquetes de servicios

4.2.6. Matriz de Ansoff

Esta herramienta permite ubicar estrategias para el crecimiento de mercados posibles. El nombre mencionado se debe a su creador Igor Ansoff, el cual fue un matemático que generó una estrategia de crecimiento que se relaciona de la combinación entre mercados existentes y nuevos en base a servicios y productos o servicios novedosos o que ya estén presentes.



4.2.7. Matriz Ciclo de Vida

En esta fase, Detailing J&D experimentara un aumento significativo en la demanda de los servicios. Para capitalizar este crecimiento, implementaremos las siguientes estrategias:



4.2.8. Matriz BCG

Esta matriz es una herramienta que permite el análisis de la ubicación de los servicios y productos en el mercado de acuerdo con su participación y crecimiento en este. A continuación, se muestra la clasificación de los servicios, así como la estrategia que se sigue para los productos estrella.



Estrategia para Productos Estrella

Refuerzo en marketing y publicidad: Incrementar la presencia digital mediante campañas estratégicas que fortalezcan la fidelidad del cliente.

Mejora en la experiencia del cliente: Ofrecer una atención al cliente con mayor personalización, garantizando un seguimiento de calidad posterior al servicio.

Apuestas por la innovación: Incorporar nuevas tecnologías y materiales avanzados que diferencien los servicios de la competencia.

Crecimiento del mercado: Explorar la apertura de nuevas sedes o la implementación de servicios adicionales como programas de membresía exclusiva.

Estrategia para productos Vacas Lecheras

Mantener altos niveles de calidad y eficiencia en la presentación del servicio, garantizando la rentabilidad sin necesidad de grandes inversiones adicionales.

Estrategia para productos interrogante

Analizar la viabilidad del mercado para estos servicios y, en el caso de ser prometedores, destinar inversiones estratégicas para acelerar su crecimiento y posicionamiento.

Estrategia para productos perro

Reevaluar la continuidad de estos servicios y, en caso de no generar valor significativo, considerar su optimización o eliminarlo.

4.3. PRECIOS

4.3.1. Cálculo del Margen

Se lleva a cabo un cálculo del margen de ganancia para cada servicio y producto, tomando en cuenta los costos de materiales y mano de obra involucrados.

4.3.2. Estrategia de Fijación de Precios

Se establecerán costos competitivos que se adapten a las condiciones del mercado local, así como descuentos para paquetes de servicios y promociones especiales.

4.3.3 Punto de Equilibrio

Se calculará el punto de equilibrio para cada servicio y producto, con el fin de estipular la cantidad mínima de ventas para cubrir los costos.

4.3.4 Catálogo de Productos

Se desarrollará un catálogo que incluya la descripción de cada servicio y producto, así como sus beneficios y precios correspondientes.



4.3.5 Budget en Unidades

Se establecerá un presupuesto de ventas en unidades para cada servicio y producto ofrecido.

4.3.6 Budget en dólares

También se fijará un presupuesto de ventas en dólares para cada uno de los servicios y productos.

4.4 PLAZA O CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

4.4.1 Estructura del Canal Total

Mantenemos una tienda online en Ecwid que se encuentra integrada con nuestras redes sociales, así como con la opción de venta directa mediante el uso de WhatsApp.

4.4.2 Estructura del Canal Ecommerce

Nuestra tienda Ecwid se conectará a redes sociales como TikTok, Instagram, y Facebook, ofreciendo paralelamente la venta directa por WhatsApp.

4.4.3 Nichos de Mercado

Los principales nichos de mercado incluyen propietarios de vehículos particulares en Portoviejo, empresas que cuenten con flotas vehiculares y entusiastas del mantenimiento automotriz.

4.4.4 Per Cápita

Se analizará el gasto medio de los habitantes de Portoviejo con respecto al cuidado automotriz.

4.5 PROMOCIÓN

4.5.1 Plan de Medios

Se aplicará el plan de marketing digital mediante las plataformas de TikTok, Instagram y Facebook colaborando con influencers locales y haciendo promociones mediante redes sociales.

4.5.2 Promoción de Marca

Se generará contenido de alta calidad en las redes sociales que incluya opiniones de clientes satisfechos y la participación en eventos locales.

4.5.3 Promociones por Canales

Se realizarán descuentos exclusivos para clientes frecuentes que realicen compras en línea a través de Ecwid, así como promociones especiales para quienes hagan reservas mediante WhatsApp.

4.5.4 Promoción Canal Digital

La tienda Ecwid será optimizada para mejorar su visibilidad en motores de búsqueda y la experiencia del cliente, con campañas publicitarias en Facebook e Instagram, además de contenido creativo y atractivo en TikTok.

4.5.5 Trade Marketing: Merchandising, Impulsación y Vitrinismo

Merchandising

Crearemos productos de merchandising bajo la marca Detailing J&D, como llaveros, ambientadores y paños de microfibra, que se regalará a los clientes y que servirán para promover la marca. También se evaluará la posibilidad de vender algunos de estos productos en la tienda Ecwid.

Impulsación

Ofreceremos promociones especiales y descuentos por tiempo limitado para incentivar las ventas de los servicios y productos. Implementaremos estrategias de venta cruzada y de upselling para aumentar el valor de cada compra.

Vitrinismo

Aunque no se dispone de una vitrina física, utilizaremos las redes sociales y la tienda Ecwid como "vitrinas virtuales". Compartiendo fotos y videos de alta calidad de los trabajos y productos para resaltar el servicio de calidad que brindamos. También, se crearán videos en TikTok mostrando el trabajo y el proceso que se realizó.

CAPÍTULO V: PROCESO TÉCNICO OPERATIVO - Detailing J&D

5. 1. Investigaciones de Mercado

Investigación Primaria

Se realizaron 20 encuestas de manera presencial a propietarios de vehículos en Portoviejo.

Encuesta de Satisfacción y Preferencias de Servicios de Detailing - Detailing J&D (Portoviejo)

¡Gracias por tomarse el tiempo para completar esta encuesta! Sus respuestas nos ayudarán a mejorar nuestros servicios y ofrecerle la mejor experiencia de detailing en Portoviejo.

Información Demográfica (Opcional):

1. Edad:

- ☐ 18-25
- ☐ 26-35
- ☐ 36-45
- ☐ 46-55
- ☐ 56 o más

2. Género:

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Otro

3. ¿En qué sector de Portoviejo reside?

- (Respuesta abierta)

Información sobre su Vehículo:

4. ¿Qué tipo de vehículo posee?

- ☐ Automóvil
- ☐ SUV
- ☐ Camioneta
- ☐ Otro (especifique)

5. ¿Con qué frecuencia utiliza servicios de detailing?

- ☐ Mensual
- ☐ Trimestral
- ☐ Semestral
- ☐ Anual
- ☐ Ocasionalmente

Preferencias de Servicios:

6. ¿Qué tipo de servicios de detailing le interesan más? (Puede seleccionar varios)

- ☐ Detailing interior y exterior completo
- ☐ Limpieza de tapicería
- ☐ Pulido tipo espejo
- ☐ Recubrimiento cerámico
- ☐ Limpieza de motor
- ☐ Restauración de faros
- ☐ Tratamiento de pintura
- ☐ Otros (especifique)

7. ¿Qué tan satisfecho está con los servicios de detailing que ha utilizado en el pasado?

- ☐ Muy satisfecho
- ☐ Satisfecho
- ☐ Neutral
- ☐ Insatisfecho
- ☐ Muy insatisfecho

8. ¿Qué aspectos considera más importantes al elegir un servicio de detailing? (Ordene del 1 al 5, siendo 1 el más importante)

- ☐ Calidad del servicio
- ☐ Precio
- ☐ Reputación del taller
- ☐ Atención al cliente
- ☐ Ubicación del taller

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios?

- Detailing interior y exterior completo: \$ _____
- Pulido tipo espejo (automóvil): \$ _____
- Recubrimiento cerámico: \$ _____

Experiencia con Detailing J&D (Si aplica):

10. ¿Ha utilizado los servicios de Detailing J&D?

- ☐ Sí
- ☐ No

11. Si respondió sí, ¿qué tan satisfecho está con nuestros servicios?

- ☐ Muy satisfecho
- ☐ Satisfecho
- ☐ Neutral
- ☐ Insatisfecho
- ☐ Muy insatisfecho

12. ¿Qué aspectos de nuestros servicios le gustaría que mejoráramos?

- (Respuesta abierta)

13. ¿Cómo se enteró de Detailing J&D?

- ☐ Redes sociales
- ☐ Recomendación de un amigo
- ☐ Publicidad local
- ☐ Otro (especifique)

Preferencias de Compra y Pago:

14. ¿Prefiere reservar sus servicios de detailing en línea o por teléfono?

- ☐ En línea
- ☐ Por teléfono

15. ¿Qué métodos de pago prefiere?

- ☐ Efectivo
- ☐ Tarjeta de crédito/débito
- ☐ Transferencia bancaria
- ☐ PayPhone

16. ¿Le interesaría comprar productos de limpieza y cuidado automotriz en línea?

- ☐ Sí
- ☐ No

Comentarios Adicionales:

17. ¿Tiene algún comentario o sugerencia adicional?

- (Respuesta abierta)

¡Gracias por su valiosa opinión!

Información Demográfica

Edad

La mayoría de las personas encuestados se encuentra en el rango de 30-50 años de edad.

Género

Encontramos más encuestados masculinos, pero con una participación significativa de mujeres.

Sector de Portoviejo

Distribución equitativa entre los diferentes sectores de la ciudad, con mayor concentración en áreas residenciales y comerciales.

Información sobre su Vehículo

Tipo de vehículo

La mayoría contaba con automóviles y SUVs, con una presencia notable de camionetas.

Frecuencia de uso

La frecuencia trimestral 30% y semestral 25% son las más comunes, seguidas de la anual 20%.

Preferencias de Servicios

Tipos de servicios

Alta demanda de detailing interior y exterior completo 83%, pulido tipo espejo 53% y recubrimiento cerámico 65%.

Interés creciente en servicios especializados como limpieza de motor y restauración de faros.

Satisfacción general:

La mayoría de los encuestados se muestra satisfecha o muy satisfecha con los servicios de detailing que han utilizado.

Aspectos importantes

La calidad del servicio y el prestigio del emprendimiento son los factores más importantes.

El precio y la atención al cliente también son considerados relevantes.

Disposición a pagar

La disposición al momento de pagar varía según el servicio, con mayor disposición para servicios de mayor valor agregado como el recubrimiento cerámico.

Experiencia con Detailing J&D

Satisfacción con Detailing J&D

Clientes muy satisfechos 33%, satisfechos 57%, neutrales 8% y 2% insatisfechos.

Áreas de mejora:

Sugerencias para mejorar la comunicación, la puntualidad y la variedad de servicios.

Cómo se enteraron

Las redes sociales 53% y las recomendaciones de amigos 28% son las principales fuentes de información.

Preferencias de Compra y Pago

Reservación de servicios

Preferencia por la reserva en línea y por teléfono 63%.

Métodos de pago

Alta preferencia por el pago en efectivo 38% con tarjeta de crédito/débito 37%, y el 16% en transferencias digitales.

Compra de productos en línea

Interés moderado en la compra de productos de limpieza y cuidado automotriz en línea.

5. 1. 1. Resumen del Estudio de Mercado

Metodología

Se utilizó una combinación de investigación cuantitativa (a través de encuestas).

Muestra

Se realizaron 20 encuestas presenciales.

Herramientas

Recurso humano para realizar las entrevistas presenciales.

5. 1. 2. Presentación de Resultados Gráficos

Gráficos de barras que ilustran la frecuencia de uso de servicios de detailing.

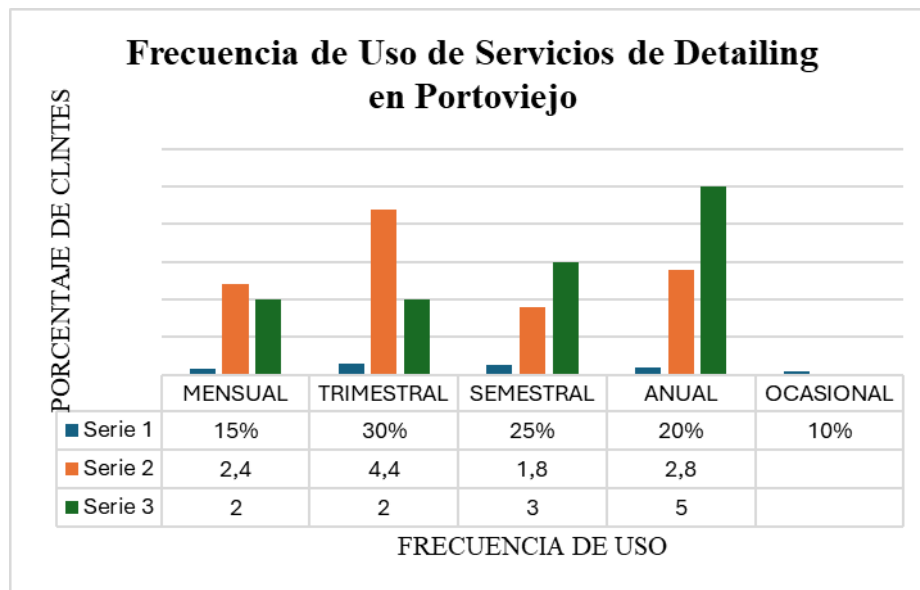


Gráfico 2 : Frecuencia de uso de servicios de Detailing

Interpretación del Gráfico

- El gráfico nos muestra que la frecuencia de uso más común de los servicios de detailing en Portoviejo es trimestral, seguida de semestral.
- Esto nos indica que la mayoría de los clientes prefieren realizar servicios de detailing de forma regular, pero no mensual.
- La frecuencia anual y ocasional también representan un porcentaje significativo de clientes.

Gráficos de líneas que evidencian la disposición a pagar por diversos servicios.

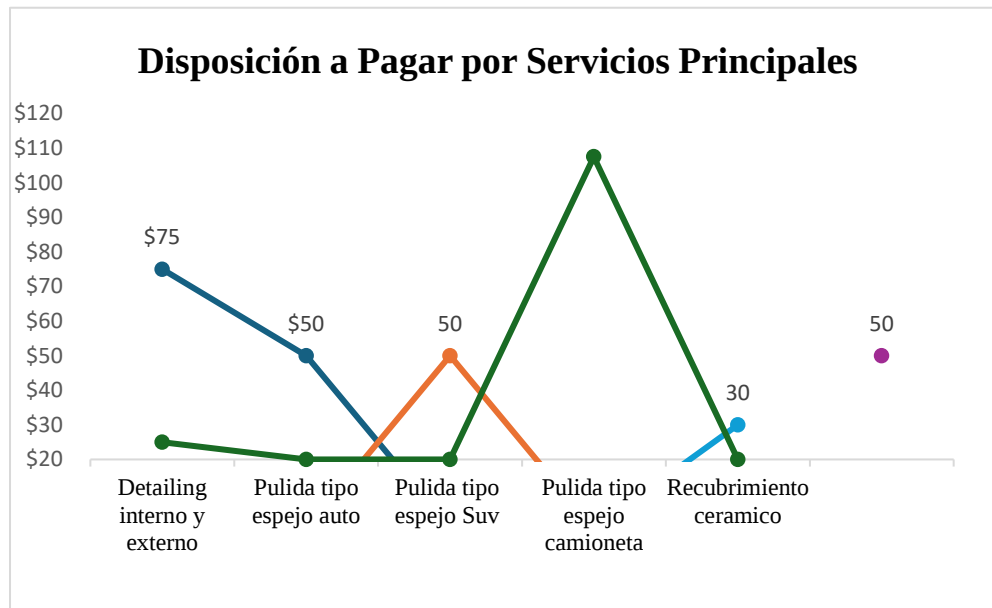


Gráfico 3: Disposición a pagar por servicios principales

Interpretación del Gráfico

- El gráfico ahora refleja con precisión los precios de tus servicios, mostrando la clara progresión desde el detailing básico hasta el recubrimiento cerámico.
- Visualizamos de forma correcta la diferencia de precio entre los tipos de pulidas, según el tipo de vehículo.
- El recubrimiento cerámico se destaca como el servicio de mayor valor, lo que concuerda con su naturaleza de servicio premium.

5. 1. 3. Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva

Perfil del Cliente y Segmentación

Edad: La mayoría de nuestros clientes son hombres de entre 26 y 35 años, lo que sugiere que nos dirigimos a un mercado joven y dinámico. Además, la representación femenina es notable, lo que indica que el interés por el cuidado automotriz trasciende géneros.

Ubicación: La mayoría de los clientes se concentra en el centro y en la Ciudadela Universitaria, lo que señala que estas áreas son cruciales para nuestras estrategias de publicidad y promoción. En contraste, las zonas aledañas muestran una menor afluencia, lo que podría justificar un análisis más profundo para comprender las razones detrás de este fenómeno.

Tipo de Vehículo: Observamos que predominan los automóviles y SUVs, con una presencia significativa de camionetas. Esto implica que nuestros servicios deben estar diseñados para adaptarse a la diversidad de vehículos que atendemos.

Preferencias y Comportamiento del Consumidor

Frecuencia de Uso: Un notable 38% de los usuarios opta por los servicios de detailing de forma trimestral, mientras que el 28% lo hace semestralmente. Esto indica que los clientes prefieren mantener sus vehículos de manera regular, aunque no con una periodicidad mensual.

Esta situación presenta una excelente oportunidad para desarrollar paquetes de fidelización y planes de mantenimiento continuo.

Tipos de Servicios: El servicio más solicitado es el detailing completo, tanto interior como exterior, que atrae al 83% de los clientes. Le siguen el recubrimiento cerámico, con un 65%, y el pulido tipo espejo, con un 53%. Además, hay un creciente interés en servicios especializados, como la limpieza de tapicería y la restauración de faros.

Satisfacción y Factores de Decisión: Los consumidores priorizan, en primera instancia, la calidad del servicio y la reputación del taller, seguidos por el costo del servicio y la atención al cliente. Estos aspectos son fundamentales para fortalecer la imagen de marca.

Disposición a Pagar: Los clientes están dispuestos a invertir un promedio de \$47 en el detailing completo, \$68 en un pulido tipo espejo y hasta \$115 en el recubrimiento

cerámico. Esto refleja una clara disposición a pagar por servicios que ofrecen un mayor valor añadido.

Experiencia con Detailing J&D

Satisfacción: Una gran mayoría de los clientes que han experimentado los servicios de Detailing J&D se muestran muy satisfechos (33%) o satisfechos (57%). No obstante, un pequeño porcentaje (8%) mantiene una postura neutral y un 2% se declara insatisfecho, lo que indica la existencia de oportunidades de mejora.

Áreas de Mejora: Para satisfacer los requerimientos del cliente, tendremos en cuenta la puntualidad en los turnos o citas y se mantienen informados a los clientes durante el proceso de servicio.

Canales de Información: Detailing J&D es reconocido por la mayoría de los clientes mediante redes sociales representado con el 53% y además de esto por recomendaciones de amigos en común lo que representa un 28%; aquí se pueden evidenciar las estrategias de marketing digital como el de boca a boca.

Preferencias de Compra y Pago

Reserva de Servicios: El 63% de los clientes prefieren realizar las reservas de servicio mediante internet, lo que impulsa la mejora de la plataforma digital.

Métodos de Pago: La mayor parte de los clientes (38%) utilizan efectivo como método de pago. Por otro lado, el 37% de los clientes lo realizan mediante tarjetas de débito o crédito. No obstante, existe un 16% de los clientes que prefieren realizar el pago mediante transferencias representado por el 9% de los clientes.

Compra de Productos en Línea: El 58% de los clientes mostró interés en obtener productos de cuidado automotriz en línea, lo cual indica una oportunidad de expansión aprovechable en cuanto a ese ámbito.

Análisis de los Resultados

Se comprueba una satisfacción general alta para los servicios, sobre todo considerando los clientes recurrentes. De igual forma, se comprueba una presencia notable en redes sociales de la marca y una comunicación efectiva de boca a boca lo cual fortalece la atracción de nuevos clientes. También se observa un aumento en la utilización de los servicios especializados tales como el recubrimiento cerámico.

Oportunidades

Se encuentra la posibilidad de ampliar la oferta de servicios especializados, en donde se incluyen la atención a domicilio. Existe de igual forma oportunidades para implementar programas de fidelidad y elaborar paquetes de atractivos de servicios. Otro punto importante es el mejoramiento de la experiencia de reservaciones en línea, y la expansión de métodos de pago como la aceptación de pagos digitales y la venta de productos en línea.

Debilidades

Existen áreas que requieren atención tales como la puntualidad en las citas que debe mejorarse. También es necesario ampliar la comunicación con los clientes considerando los procedimientos de cada uno de los servicios. Finalmente, es indispensable trabajar en mejorar el tiempo de respuesta buscando una mejor comodidad y que sea atractiva para los usuarios presenciales.

5. 1. 4. Conclusiones del Estudio FODA

El análisis FODA se considera como una herramienta que permitió identificar los puntos clave del negocio de Detailing J&D facilitando el proceso al momento de tomar decisiones estratégicas en cuanto a los servicios.

Fortalezas

Alta Satisfacción de los Clientes

El 90% de los clientes ha expresado una elevada satisfacción con los servicios provistos por Detailing J&D. Este indicador muestra la fortaleza y diferenciación con la competencia ofreciendo calidad que se ve manifestada en la satisfacción de los usuarios.

Fuerte Presencia en Redes Sociales

El 53% de los encuestados mostró haber observado los servicios de Detailing J&D mediante redes sociales. Esto indica que las plataformas digitales son efectivas para la propuesta de marketing generando una base de visualizaciones y clientes en línea para la empresa.

Demanda de Servicios Especializados

Los servicios de recubrimiento cerámico y pulido tipo espejo tienen una alta demanda, lo cual indica que este mercado se encuentra dispuesto a pagar precios superiores por este tipo de servicios de gama alta.

Oportunidades

Expansión de Servicios Especializados

Se comprueba una oportunidad valiosa para diversificar la oferta de servicios especializados tales como la limpieza de tapicería, restauración de faros y tratamiento de pintura, de los cuales ya se ha recibido interés por parte de los clientes.

Servicios a Domicilio

El incremento del servicio a domicilio exclusivo se establece como una oportunidad de crecimiento comprobada, la comodidad de los usuarios que ya se encuentran comprometidos con la marca es un indicador de que les gusta mucho el servicio que brindamos.

Paquetes de Fidelización

Existe un interés evidente de los clientes por los programas de fidelidad y paquetes de servicios. La inclusión de estas estrategias puede incrementar la retención de clientes, y generar un mayor flujo de ingresos.

Optimización de Pagos Digitales

La demanda creciente de diversos métodos de pago digitales, así como la preferencia por las compras en línea se presentan como una oportunidad para ofrecer opciones mucho más flexibles, lo cual mejoraría la experiencia de cada cliente y facilitaría el proceso de compra.

Debilidades

Puntualidad en las Citas

La puntualidad en la entrega de los servicios solicitados es un aspecto muy importante que requiere de mejora. La falta de cumplimiento en los tiempos pactado a los usuarios puede impactar de forma negativa la satisfacción del cliente y reputación de la empresa.

Comunicación Durante el Proceso:

Los clientes han manifestado la necesidad de obtener una comunicación más precisa sobre el estado de sus vehículos durante el procedimiento de detailing. Mejorar esta recomendación puede fortalecer confianza del cliente y reducir la expectativa.

Amenazas

Competencia en el Mercado Local:

Existen competidores en el mercado local lo cual representa una amenaza evidente que necesita la atención continua para garantizar la diferenciación y posicionamiento de Detailing J&D en los consumidores.

La competencia en esta industria se considera intensa lo cual es un desafío para la empresa si no existe una innovación continua, y el mejoramiento de la calidad de sus servicios. Los precios llamativos de otros talleres pueden generar atención de posibles clientes.

Cambios en las Preferencias de los Consumidores

Las preferencias de cada consumidor cambian de manera constante y a un ritmo acelerado. La lucha por la competitividad en precios y la calidad de los servicios se presenta como una constante amenaza, sobre todo en un mercado tan dinámico como el de Portoviejo.

Riesgos de Reputación

Es crucial mantener un estándar elevado de calidad y puntualidad, ya que cualquier desviación podría perjudicar el prestigio de la empresa. Experiencias negativas de los clientes pueden disuadir a futuros compradores, especialmente si se propagan en redes sociales o plataformas.

5.1.5 Foda Final

El análisis estratégico de FODA permite identificar los factores internos y externos que puede afectar el rendimiento y crecimiento de la empresa por lo que esta evaluación es indispensable para elaborar estrategias que potencien las ventajas competitivas encontradas y al mismo tiempo que reduzcan en su mayoría las debilidades y amenazas posibles.

Fortalezas

Servicio personalizado y de calidad, utilizando productos ecológicos y tecnología de punta.

Tenemos un equipo altamente capacitado en técnicas especializadas de detailing, poseemos una reputación sólida y una presencia destacada en redes sociales.

Oportunidades

El mercado automotriz está en crecimiento esto es favorable ya que impulsa la alta demanda de servicios estéticos, creando posibilidades de colaboración con concesionarios y talleres mecánicos.

Se implementarán programas de fidelización para los clientes

Debilidades

Dependemos de una cantidad limitada de proveedores, al igual que los procesos de la página web no se encuentran totalmente terminados, y la cobertura geográfica es limitada.

Amenazas

La competencia dentro del sector ha incrementado, las expectativas de los clientes con respecto a los precios y servicios adicionales aumentan.

Hay alternativas que resultan más económicas en el mercado, el incremento de costos operativos genera un reto constante.

FODA Cruzado - Empresa de Detailing J&D

Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)

Para incrementar las oportunidades, resulta indispensable aprovechar nuestras fortalezas. Una de las principales estrategias planteadas se basa en el aumento de la cartera

de clientes mediante alianzas con concesionarios y talleres mecánicos. Además, es importante potenciar las propuestas de marketing digital y fidelización de clientes, aprovechando la reputación sólida que se tienen en redes sociales, destacando la personalización y la calidad de nuestros productos.

Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)

Ante las amenazas del mercado, podemos utilizar nuestras fortalezas como un escudo. La diferenciación es clave; ofrecer un servicio premium con atención personalizada nos permitirá destacar frente a la competencia. Así mismo, es importante cumplir con las regulaciones ambientales y los estándares de calidad indicados para este tipo de negocio y así evitar sanciones. Mantener altos niveles de satisfacción del cliente será determinante para no perder terreno frente a alternativas más económicas.

Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)

Para transformar nuestras debilidades en oportunidades, se propone disminuir los errores que suceden en los procesos administrativos mediante la automatización, lo cual mejorará tanto la eficiencia como la experiencia del cliente. También se sugiere el incremento de la zona de cobertura, contratando personal adicional y capacitándolo. Finalmente se propone el desarrollo de un programa de fidelización que contribuya en aumentar la retención de clientes.

Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)

Es importante disminuir nuestras debilidades y prevenir amenazas posibles. Para esto se diversificarán los proveedores para reducir la dependencia de insumos indispensables. De igual manera, se capacitará al personal en aspectos de calidad para garantizar el servicio sea

estandarizado. Mejoraremos los costos operativos mediante la digitalización incluyendo una mejor gestión de los recursos.

5. 1. 6. Selección de Variables para el Plan de Negocio Digital

Variables Relacionadas con la Satisfacción del Cliente

a. Calidad del Servicio

Garantizar un alto estándar en los servicios ofrecidos, cumpliendo o superando las expectativas de los clientes.

Acción: Implementar un sistema de seguimiento y control de calidad para cada servicio de detailing, garantizando que los clientes reciban una atención satisfactoria.

b. Comunicación Eficaz

Mejorar la comunicación en todo el proceso del servicio, incrementando la confianza del cliente.

Acción: Desarrollar un sistema de notificaciones automáticas a través de la plataforma en línea, que informe constantemente a los clientes sobre el estado de su vehículo en tiempo real.

c. Puntualidad:

Asegurar que todos los servicios sean completados en los plazos y tiempo acordados mejorando la experiencia total del cliente.

Acción: Se implementará un sistema de gestión de citas en línea el cual optimice la programación y garantice la entrega puntual de cada servicio.

Variables Relacionadas con la Experiencia del Cliente Digital

a. Plataforma de Reservas en Línea

Simplificar el proceso de reservación para los clientes y mejorar el rendimiento operativo.

Acción: Mejorar la plataforma de reservas en línea, comprobando que sea intuitiva, accesible para cualquier dispositivo y que les permita a los clientes seleccionar los servicios y horarios preferidos de una manera simple.

b. Métodos de Pago Digitales

Mejorar la experiencia de pago ofertando diversas opciones digitales.

Acción: Implementar métodos de pago con tarjetas de crédito y débito, transferencias bancarias y soluciones en tendencia como PayPhone. Se plantea motivar el uso de la plataforma digital mediante promociones y descuentos.

c. Programas de Fidelización

Fomentar la lealtad del cliente mediante un sistema de recompensas.

Acción: Desarrollar un programa de fidelización digital el cual les permita a los clientes acumular puntos por cada servicio realizado, de tal manera que puedan acceder a descuentos exclusivos y beneficios especiales para aquellos clientes recurrentes.

Variables de Marketing Digital

a. Presencia en Redes Sociales

Fortalecer la presencia en redes sociales Facebook e Instagram, en donde los clientes potenciales y activos requieren servicios similares.

Acción: Desarrollar un plan de contenido en redes sociales que incorpore promociones, tutoriales, testimonios de clientes y publicidad destinada a cada tipo de ubicación.

b.Publicidad Digital Segmentada

Alcanzar a la mayor cantidad de potenciales clientes e incrementar la tasa de conversión.

Acción: Implementar campañas publicitarias en redes como Facebook e Instagram, segmentando los potenciales clientes mediante la ubicación, intereses y comportamiento de compra. Además, se optimizará adecuadamente el presupuesto publicitario con el uso de herramientas de análisis.

c. Recomendaciones y Opiniones en Línea

Mejorar la visibilidad y la confianza en los servicios de Detailing J&D a través de la retroalimentación positiva de los clientes.

Acción: Incentivar a los clientes a que dejen reseñas en plataformas como Facebook, y responder de manera proactiva a estas opiniones para fortalecer la reputación en línea.

Variables Relacionadas con la Expansión de Servicios y Venta en Línea

a. Servicios a Domicilio

Ampliar la oferta de servicios para saciar las necesidades de conveniencia de los clientes.

Acción: Desarrollar un servicio de detailing a domicilio y promocionarlo a través de la plataforma digital para atraer a clientes que prefieren la comodidad de su hogar.

b.Venta de Productos Complementarios

Diversificar los ingresos mediante la venta de productos relacionados con el cuidado automotriz.

Acción: Implementar una tienda en línea que ofrezca productos complementarios, como limpiadores de tapicería, ceras, accesorios y otros artículos de detailing que los clientes puedan adquirir junto con el servicio.

Variables de Gestión de Clientes y Seguimiento

a. Sistema de Gestión de Citas

Mejorar el agendamiento de citas y optimizar el flujo de trabajo del negocio.

Acción: Implementar una plataforma digital que permita a los clientes agendar citas en línea, elegir **el servicio deseado y recibir recordatorios automáticos de la fecha y hora de su cita.**

b. Seguimiento Post-Servicio

Aumentar la satisfacción del cliente e incentivar la repetición de compras.

Acción: Implementar una plataforma de seguimiento post-servicio el cual le permita al cliente dar una calificación de su experiencia y así recibir recomendaciones personalizadas.

Relacionadas con el Análisis y Mejora Continua

a. Análisis de Datos de Clientes

Mejorar la comprensión de las preferencias de los clientes y la toma de decisiones.

Acción: Mediante herramientas de análisis de datos se identificarán patrones de comportamiento, tales como la frecuencia de solicitud de servicios, la disposición a pagar y la efectividad de las campañas promocionales.

b. Métricas de Rendimiento

Medir la efectividad del negocio digital.

Acción: Manejar métricas clave las cuales permitan valorar el rendimiento de las estrategias implementadas y así aplicar ciertos ajustes requeridos para mantener una mejora continua.

Acción: Definir indicadores clave de rendimiento (KPIs) tales como el tráfico en el sitio web, la tasa de conversión de reservas en línea, la retención de clientes y el retorno sobre la inversión (ROI) en cuanto a publicidad digital se refiere, con el objetivo de evaluar y ajustar cada una de las estrategias.

5.1.6.1 Perfil del Consumidor

El perfil del consumidor es indispensable para entender las necesidades, el comportamiento y preferencias de los clientes de Detailing J&D. Con estos datos se puede diseñar un plan de negocio digital más efectivo, ajustado a las expectativas y demandas del mercado al que está destinado.

1. Demografía del Consumidor

Edad

El segmento más grande corresponde a personas de 26-35 años (42%), seguidos por los 18-25 años (22%). Esto indica que los consumidores son jóvenes adultos principalmente.

Género

Predominan los hombres (63%), pero también hay una participación significativa de mujeres (37%), lo cual muestra que los servicios de detailing son populares entre ambos géneros.

Ubicación Geográfica

La mayoría de los clientes provienen de áreas clave en Portoviejo, como el Centro (32%) y Ciudadela Universitaria (23%). Estas ubicaciones deben ser priorizadas en las campañas de marketing digital.

2. Comportamiento de Compra

Tipo de Vehículo:

La mayoría de los consumidores poseen automóviles (58%) y SUVs (28%), lo que indica una alta demanda de servicios de detailing para estos tipos de vehículos.

Las camionetas (14%) también son relevantes, lo que requiere considerar estos vehículos en la oferta de servicios.

Frecuencia de Uso

La mayoría de los clientes utilizan los servicios de detailing de manera trimestral (38%) y semestral (28%). Esto sugiere que los consumidores buscan servicios regulares, pero no necesariamente mensuales.

Preferencias de Servicios

El servicio más solicitado es el detailing interior y exterior completo (83%).

También hay una demanda considerable de recubrimiento cerámico (65%) y pulido tipo espejo (53%).

3. Factores Clave en la Decisión de Compra

Satisfacción con el Servicio

El 33% de los consumidores están muy satisfechos y el 57% está satisfecho con los servicios de Detailing J&D, lo que muestra una sólida fidelización de clientes.

Aspectos Importantes

Los clientes valoran principalmente la calidad del servicio, seguida de la reputación de detailing y el precio. La atención al cliente también es importante, pero de menor prioridad.

Disposición a Pagar

Los clientes se encuentran dispuestos a pagar precios promedio de \$47 por el detailing interior y exterior completo, \$68 por el pulido tipo espejo y \$115 por el recubrimiento cerámico.

4. Canal de Información

Fuentes de Información

El 53% de los clientes se enteran de Detailing J&D a través de redes sociales, y el 28% lo hace mediante recomendaciones de amigos, lo que resalta la importancia de un marketing digital efectivo y la recomendación boca a boca.

Métodos de Reserva

La reserva en línea (63%) es la preferida, lo que subraya la importancia de optimizar la plataforma de reservas digital.

Métodos de Pago

Efectivo (38%) y tarjeta de crédito/débito (37%) son los métodos de pago más utilizados. También se observa un interés creciente en transferencias bancarias (16%).

5. 1. 6. 2 Gustos, Preferencias e Intereses

Tipos de Servicios Preferidos

Detailing Interior y Exterior Completo (83%)

Este servicio es el más solicitado por los clientes, lo que indica su preferencia por una limpieza y detallado exhaustivo de su vehículo, tanto en el interior como en el exterior.

Recubrimiento Cerámico (65%)

El recubrimiento cerámico también resulta ser muy solicitado, este servicio refleja el interés de los clientes por proteger la pintura de sus autos y mantener su estética por más tiempo.

Pulido Tipo Espejo (53%)

El pulido tipo espejo despierta un notable interés entre los clientes, ya que proporciona un acabado brillante y profesional para los vehículos.

Limpieza de Tapicería (43%)

La limpieza de tapicería es valorada por quienes desean mantener el interior de su automóvil en óptimas condiciones, aunque no es tan demandada como los servicios de detailing exterior.

Limpieza de Motor (33%) y Restauración de Faros (28%)

La demanda de estos servicios es moderada, lo cual sugiere que pese a que los consumidores están abiertos a ellos, no los consideran tan importantes como el detailing general o el recubrimiento cerámico.

Factores Clave en la Decisión de Compra

Calidad del Servicio

Es el aspecto más importante para los consumidores, que va de la mano con la reputación del negocio. Esto muestra que los clientes valoran recibir un servicio mejor que cumpla con sus expectativas.

Reputación del Taller

La reputación es fundamental a la hora de tomar decisiones. Los consumidores buscan talleres altamente reconocidos por su valoración en cuanto excelencia en servicio y satisfacción del cliente se refiere, lo cual influye directamente en su confianza y disposición al momento de pagar.

Precio

El precio es un factor que debe ser considerado, pero que no define directamente la calidad. Los clientes se encuentran dispuestos a pagar relativamente más por servicios mejores si consideran que el valor justifica la inversión.

Atención al Cliente

La atención al cliente debe ser amable, eficiente y profesional, indispensable para generar una experiencia satisfactoria. Los clientes valoran un trato amigable y personalizado fundamentado en una comunicación clara durante todo el proceso.

Frecuencia de Uso

Trimestral (38%) y Semestral (28%)

La mayoría de los clientes buscan servicios de forma regular de detailing, pero que no suelen ser mensuales. Esto se considera como una oportunidad para Detailing

J&D ofreciendo paquetes de servicios adaptados a estas necesidades, lo cual podría incrementar la fidelización de clientes.

Anual (17%):

Un porcentaje menor prefiere utilizar los servicios de detailing solo una vez al año. Aunque se comprueba que es un mercado más reducido se visualiza que se puede ofertar servicios más completos y premium a este segmento.

Canales de Información

Redes Sociales (53%)

La mayoría de los clientes se entera de los servicios de Detailing J&D mediante redes sociales, lo cual indica la importancia de mantener una presencia activa y llamativa en plataformas como Instagram y Facebook.

Recomendación de Amigos (28%)

Las recomendaciones de amigos corresponden a un canal importante, lo cual muestra el valor de la confianza personal en la decisión de compra. Por otro lado, las recomendaciones personales se mantienen como una fuente de información valiosa.

Esto reafirma la necesidad de promover la satisfacción del cliente y promover el boca a boca entre clientes como una herramienta de marketing efectiva.

Publicidad Local (14%)

Pese a que la publicidad local genera un impacto menor en comparación con las redes sociales y las recomendaciones, se considera como un recurso útil para atraer a clientes cercanos a la zona.

Métodos de Reserva y Pago

Reserva en Línea (63%)

La preferencia por las reservas en línea indica la importancia de contar con una plataforma de uso fácil desde dispositivos móviles, ya que a los consumidores les importa esto debido a su rapidez.

Métodos de Pago Digitales (Efectivo 38%, Tarjeta 37%)

Los métodos de pago más utilizados son el efectivo y las tarjetas de crédito/débito. Pese a esto se comprueba que existe una tendencia al uso de alternativas de pago digital, lo cual indica la necesidad de ofrecer alternativas para pagos en línea.

Intereses y Solicitudes Adicionales

Servicios a Domicilio

Ciertos clientes han mostrado interés cuando se indica que ofrecemos los servicios a domicilio, representando una oportunidad importante para el negocio y así da una mayor comodidad a los clientes.

5. 1. 6. 3 Segmento de Mercado

1. Segmento Demográfico

Edad

26-35 años (42%): Este grupo representa la mayor parte de los clientes y se encuentra compuesto por jóvenes adultos que buscan servicios de calidad para sus vehículos, valorando el uso de la tecnología en aspectos como la reserva en línea y los pagos digitales.

18-25 años (22%): Aunque su tamaño es menor que el anterior, estos consumidores jóvenes presentan un evidente interés en la estética y el cuidado de sus vehículos. Pese a que suelen tener un presupuesto más limitado, muestran un deseo de acceder a estos servicios.

36-45 años (23%): Este grupo también demuestra un amplio interés en los servicios de detailing, debido a que tienen un mayor poder adquisitivo, así como a la necesidad de mantener sus vehículos en las mejores condiciones.

46 años o más (13%): Representa un segmento reducido, siendo los que buscan un nivel de cuidado más especializado para automóviles de mayor antigüedad o precio.

Género

Masculino (63%): Los hombres predominan en el mercado, lo cual podría estar relacionado con una mayor inclinación hacia el cuidado y mantenimiento de vehículos.

Femenino (37%): Aunque su representación es menor, las mujeres también valoran los servicios de detailing, lo que implica una oportunidad para desarrollar ofertas específicas que resalten para este grupo.

2. Segmento Geográfico

Ubicación Principal

Centro (32%) y Ciudadela Universitaria (23%): Estas áreas concentran el mayor número de clientes y deben ser priorizadas en nuestras estrategias de marketing y promoción.

Andrés de Vera (19%) y Los Cerezos (16%): Son sectores relevantes donde Detailing J&D tiene presencia, aunque con una menor densidad de clientes.

Otros sectores (10%): Esto recomienda que la marca ha logrado una penetración en varias zonas de la ciudad. Sin embargo, sería recomendable investigar áreas con menor afluencia que requieran más atención o campañas de promoción.

3. Segmento de Vehículos

Tipo de Vehículo

Automóviles (58%): La mayor parte de nuestra clientela posee vehículos de tipo automóvil, lo que indica una fuerte demanda de servicios de detailing destinados a este tipo de autos.

SUVs (28%): Existe una considerable demanda también para SUVs, señalando que nuestros servicios deben estar preparados para atender vehículos de mayor tamaño.

Camionetas (14%): Aunque su representación es inferior, las camionetas todavía constituyen una parte importante del mercado, lo que sugiere la necesidad de adaptar servicios y precios a este tipo de vehículos.

4. Segmento Psicográfico

Intereses y Estilo de Vida

Los consumidores de este sector presentan un interés definido en la estética y en el mantenimiento de sus automóviles. Este cuidado de la apariencia influye en la apertura para invertir en servicios de detailing, lo cual muestra la importancia de satisfacer sus requerimientos y expectativas específicas.

Clientes que priorizan la calidad sobre el precio: Pese a que el costo es un factor considerable, varios de los consumidores se encuentran dispuestos a invertir más en servicios especializados que les ofrezcan un nivel elevado de calidad.

Jóvenes profesionales: En particular, en el segmento de edad de 26 a 35 años, los clientes suelen ser jóvenes profesionales que poseen vehículos en excelentes condiciones y buscan mantenerlos con una estética y funcionalidad óptimas.

Segmento Conductual

Frecuencia de Uso

Clientes Trimestrales y Semestrales (66%): La mayoría de los usuarios accede a los servicios de detailing con una frecuencia que oscila entre tres y seis meses. Esto indica la necesidad de ofrecer paquetes de servicios a largo plazo y programas de fidelización.

Clientes Anuales (17%): Este grupo se puede considerar para servicios de detailing más completos y exclusivos, ya que su menor frecuencia de uso sugiere que buscan un tratamiento intensivo para sus vehículos.

Método de Reserva

Reserva en línea (63%): La preferencia de los consumidores por realizar reservas en línea resalta la importancia de optimizar y facilitar el acceso a la plataforma digital.

Método de pago digital: El uso de formas de pago como transferencias bancarias y tarjetas de crédito (74%) enfatiza la creciente tendencia hacia el pago digital, lo que debe ser promovido y potenciado.

Segmento de Servicios Especializados:

Servicios de Alto Valor (Recubrimiento Cerámico, Pulido Espejo): Los clientes están dispuestos a cancelar un precio más elevado por servicios especializados, como el recubrimiento cerámico (65%) y el pulido tipo espejo (53%). Estos servicios deben ser posicionados como premium y promovidos eficazmente para atraer a aquellos que desean mejorar tanto la apariencia como la protección de sus vehículos.

Servicios a Domicilio: Todos los clientes manifiestan interés en recibir nuestro servicio a domicilio, lo cual representa una oportunidad de expansión, especialmente para aquellos que no pueden o prefieren no desplazarse hasta las instalaciones de un taller.

Propietarios de vehículos de gama media y alta, así como empresas que disponen de flotas vehiculares.

5. 1. 6. 4 Producto o Servicio

Productos y Servicios de Detailing J&D

Servicios de Detailing Completo

El servicio más solicitado, con un 83% de demanda, es el detailing interior y exterior completo. Este incluye una limpieza profunda, detallado minucioso y protección de todas las superficies, tanto internas como externas del vehículo.

Servicios Especializados

Recubrimiento Cerámico (65%): Este es un servicio premium diseñado para proteger la pintura del automóvil de rayaduras y daños causados por el clima.

Pulida Tipo Espejo (53%): Mejora el brillo y la apariencia del vehículo, otorgándole un acabado de alta calidad.

Otros Servicios:

Limpieza de Tapicería (43%): Un servicio focalizado en una limpieza profunda de asientos y alfombrillas del vehículo.

Limpieza de Motor (33%): Un proceso esencial para mantener el motor limpio, contribuyendo tanto al mantenimiento como a la estética del automóvil.

Restauración de Faros (28%): Este servicio devuelve la claridad y visibilidad a faros que han sido opacados por el paso del tiempo.

Tratamiento de Pintura (23%): Servicios destinados a proteger y restaurar la pintura del vehículo.

Paquetes de Servicios

Ofrecemos paquetes combinados que permiten a los clientes disfrutar de la posibilidad de agrupar varios servicios a precios atractivos, incentivando así la contratación de múltiples tratamientos en una sola visita.

5.1.6.5 Promoción y Comunicación

Estrategias de Promoción y Comunicación

Redes Sociales: Aprovechar las redes sociales como Facebook e Instagram para compartir resultados de antes y después, promociones, testimonios de clientes y contenido sobre el cuidado del automóvil.

Marketing de Influencer: Colaborar con influenciadores locales para expandir el alcance de nuestra marca en las redes.

Publicidad Local: Implementar campañas publicitarias en áreas estratégicas de la ciudad, como el Centro y la Ciudadela Universitaria, donde se concentra la mayor parte de nuestra clientela.

Boca a Boca y Recomendaciones: Fomentamos el marketing de recomendaciones personales mediante promociones especiales para aquellos clientes que refieran a nuevos interesados.

Programas de Fidelización: Se creará un plan de recompensas dirigido a nuestros clientes frecuentes, otorgando descuentos o servicios gratuitos después de un número determinado de visitas.

5. 1. 6. 6 Precios

Estrategia de Precios

Precios Competitivos: Mantenemos precios competitivos en el mercado, teniendo en cuenta la calidad del servicio y los costos operativos.

Servicios Especializados (Premium): Los precios de servicios como el recubrimiento cerámico y el pulido tipo espejo son más altos, en razón de su valor añadido. Por ejemplo:

Recubrimiento Cerámico: \$100

Pulido Tipo Espejo Autos: \$60

Paquetes de Servicios: Ofrecemos precios atractivos para la combinación de varios servicios, animando a los clientes a disfrutar de múltiples tratamientos en cada visita.

Descuentos y ofertas especiales:

Implementamos descuentos ocasionales, tales como promociones para nuevos clientes o durante fechas señaladas del año.

5. 1. 6. 7 Forma de Compra en el Canal de Distribución

Canales de Distribución y Compra

Reserva en Línea: La preferencia de gran parte de los clientes en la realización de sus reservas de servicios en línea (63%) muestra la importancia de mejorar nuestra página web y plataforma de reservas, garantizando una experiencia de usuario fluida e intuitiva.

Compra de servicios en Línea: Se recomienda promover servicios y productos complementarios tales como artículos de cuidado automotriz, en la tienda en línea.

5.1.6.8. Hábitos de Consumo y Decisión de Compra

Los clientes dan prioridad al servicio de calidad y la reputación al momento de tomar decisiones de compra. Esto significa que nuestras estrategias se deben enfocar en mantener estándares altos de calidad y proteger siempre la reputación de la marca.

Frecuencia de Uso: La mayoría de los consumidores recurren a los servicios de Detailing J&D de trimestral o semestralmente, por lo que debemos ofertar paquetes que se ajusten a estos periodos de tiempo.

Precio vs. Valor: Aunque el precio siempre se considera una preocupación, la mayoría de los clientes se encuentran dispuestos a pagar más por un servicio especializado de alta calidad. Esto se refleja en el posicionamiento respecto a nuestros servicios premium.

5.1.6.9 Forma de Pago y Logística de Entrega

Formas de Pago: Los clientes muestran una evidente preferencia por pago con tarjetas de crédito y débito (37%) y transferencias bancarias (16%). Es indispensable implementar

una mayor variedad de opciones de pago digital que mejoren la comodidad de nuestros clientes.

Pese a que existe una tendencia hacia los pagos digitales, el efectivo (38%) se mantiene como una forma común de pago, especialmente para aquellos clientes que prefieren las transacciones inmediatas y sin comisiones.

Logística de Entrega: La implementación de servicios a domicilio es una excelente manera de incrementar la comodidad para aquellos clientes que no requieren desplazarse hasta un taller , especialmente en áreas de la ciudad donde la movilización se dificulta.

5.1.7. Planificación Estratégica:

Objetivos Estratégicos

Aumentar la visibilidad de la marca: Implementar campañas en redes sociales que posicionen a Detailing J&D como referente.

Generar leads y captar nuevos clientes: Utilizar formularios, promociones y anuncios dirigidos para captar clientes potenciales.

Fidelizar clientes: Crear programas de fidelización, descuentos exclusivos y contenido educativo sobre el cuidado automotriz.

Optimizar la presencia en línea y SEO local: Mejorar el sitio web, optimizando palabras clave relacionadas con el detailing y obtener reseñas positivas.

Incrementar las ventas de servicios premium: Promocionar paquete exclusivos de limpieza profunda, protección cerámica y pulido, destacando sus beneficios.

Fortalecer la reputación de la marca: Gestionar reseñas, testimonios y colaboraciones con influencers del mundo automotriz.

Analizar y mejorar continuamente el rendimiento digital: Usar Google Analytics como herramienta para monitorear tráfico web y comportamiento del cliente.

Estrategias

Optimizar la Presencia Digital: Mejorar la plataforma de reservas en línea, incrementar la visibilidad en redes y fortalecer nuestra tienda en línea.

Campañas de Promoción y Recomendación: Incentivar a nuestros clientes actuales a referir nuevos clientes mediante descuentos o servicios gratuitos después de ciertas visitas.

Metas

Incrementar las Reservas Online: Nuestro objetivo es aumentar la tasa de reservas en línea en un 20% en los próximos seis meses.

Vender 10 Paquetes de Servicios por Semana: Buscamos incrementar las ventas de nuestros paquetes de servicios combinados en un 30%, lo que contribuirá a mejorar nuestra rentabilidad.

Plan de Acción

Rediseñar la Página Web

Se procederá a actualizar la plataforma de reservas y optimizar el proceso de pago en línea para facilitar la experiencia del cliente.

Lanzar Campañas en Redes Sociales

Implementaremos campañas promocionales dirigidas a los grupos demográficos clave en Instagram y Facebook para alcanzar a un público más amplio.

Desarrollar Programas de Fidelización

Estableceremos un sistema de puntos o recompensas para nuestros clientes recurrentes, incentivando su lealtad.

Responsables

Jordan Vera y Lissette Santana (Propietarios): Supervisar la estrategia de marketing digital y la expansión del servicio.

Nube Santana (Socia): Gestionar la tienda en línea y coordinar la implementación del programa de fidelización.

Fernanda Giler (Trabajadora): Encargada de la calidad del servicio y la atención al cliente.

Presupuesto

Marketing Digital: \$300 para campañas en redes sociales y diseño de la tienda en línea.

Expansión de Servicios: \$500 para capacitación en servicios especializados y compra de equipos para servicios a domicilio.

Fidelización: \$300 para la creación de un sistema de recompensas y descuentos.

CAPÍTULO VI: PROCESO LEGAL, ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL Y CONTENIDO.

6.1 Normativa del Comercio Electrónico en Ecuador y Ley del Consumidor.

Detailing J&D se especializa en ofrecer servicios de cuidado y limpieza automotriz en plataformas digitales. Nuestra empresa se acoge a la legislación ecuatoriana relacionada con el comercio electrónico y derechos de los consumidores.

El Comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos reconoce la validez de los contratos electrónicos, por esta misma razón aseguramos a nuestros usuarios que las transacciones en nuestra tienda electrónica son transparentes y confiables. La Ley orgánica de protección de datos personales nos exige proteger la información de nuestros clientes, garantizando que sus datos no sean utilizados sin su consentimiento.

La ley de defensa del consumidor en Ecuador establece las condiciones de compra, devoluciones y garantías deben ser claras, precisas y accesibles para todos los usuarios, debemos proporcionar información detallada sobre el proceso de devolución de productos y cancelación de servicios en caso de insatisfacción informando a nuestros clientes sobre sus derechos en cada fase de la compra.

6.2. Normativa tributaria para tiendas en línea en Ecuador

Comercio Electrónico

Contamos con una tienda en línea <https://detailing-j-d.company.site> que está en conformidad con la ley de comercio electrónico. Este sistema incluye una presentación clara de los servicios que brindamos y así mismo el valor de cada uno de estos, una política de privacidad que informa a los clientes sobre cómo se utilizarán sus datos.

Ley del Consumidor

Ofrecemos una garantía de satisfacción del 100% en todos nuestros servicios. Si algún cliente queda insatisfecho nos comprometemos a rehacer el trabajo sin costo adicional.

Tenemos un libro de reclamaciones en físico y un formulario de contacto para que los clientes puedan expresar sus inquietudes de manera sencilla.

Queremos implementar en este 2025 registrar nuestro emprendimiento en el Servicio de Rentas Internas (SRI) y emitir facturas electrónicas para todos los servicios de manera sencilla.

6.3. Organización del Departamento de Inbound Marketing

El marketing digital es manejado por uno de los propietarios y así mismo la página web, estamos en proceso de crear un pequeño departamento enfocado en esta área, priorizando la generación de contenido en redes sociales donde se compartan consejos sobre el cuidado del automóvil y demostraciones de los diferentes servicios.

6.4. Puestos Claves del Departamento

Nivel Superior

Propietarios (Jordan Vera y Lissette Santana):

Ellos son los dueños y tienen la máxima autoridad y el nivel jerárquico más alto en la empresa.

Toman las decisiones estratégicas y supervisan todas las áreas del negocio.

Hasta el momento, nuestro organigrama es bastante sencillo:

Encargado de la supervisión general y de la estrategia de marketing.

Community Manager: Responsable del manejo de las redes sociales.

6.5. Funciones del Departamento

Las funciones principales de nuestro departamento incluyen:

Crear publicaciones atractivas para Facebook e Instagram.

Escribir artículos en el blog que sean relevantes para mi público objetivo.

Gestionar campañas publicitarias en Facebook para promocionar mis servicios.

Contestar los comentarios y mensajes de los clientes en las redes sociales.

Nivel Intermedio

Socia (Nube Santana):

Este nivel está inmediatamente debajo de los propietarios.

La socia comparte responsabilidades estratégicas con los propietarios y participa activamente en las operaciones del negocio.

Nivel Operativo

Trabajadora (Fernanda Giler)

Este es el nivel operativo, donde se realiza el trabajo principal de detailing.

La trabajadora ejecuta las tareas de detailing y puede estar involucrada en la organización diaria.

6.6 Organigrama Orgánico Funcional



6. 7 Implementación de Campañas con Inbound Marketing: Metodología

6. 7. 1. Buyer Persona

Ricardo, 35 años: Un entusiasta del detailing que se esfuerza por mantener su automóvil en perfectas condiciones y busca servicios de alta calidad.

María, 42 años: Una profesional ocupada que valora la conveniencia y está en busca de servicios que le ahorren tiempo.

6. 7. 2. Buyer's Journey

EL viaje del comprador. Inicialmente, Ricardo ve un video en YouTube sobre recubrimientos cerámicos (**conciencia**).

Luego busca en Google "detailing en Portoviejo" y encuentra mi sitio web (**consideración**).

Tras leer testimonios y observar fotos de mis trabajos, me contacta para solicitar una cotización (**decisión**).

6.7.3 Sales Process

Utilizamos el sitio web y mensajes directos en redes sociales para captar leads.

Ofrecemos cotizaciones personalizadas y promociones especiales para convertir leads en clientes.

Facilitamos la reserva de citas a través de mi sitio web y WhatsApp +593 98 854 4655.

6. 8. Técnica de Lluvia de Ideas para Promociones.

Algunas ideas para promociones incluyen:

"Promoción de temporada de lluvias": Descuentos en servicios de limpieza de lluvia ácida.

"Programa de fidelización “Cliente VIP”": Ofertas exclusivas y servicios adicionales para clientes frecuentes.

"Sorteo en Instagram": Un servicio de protección de molduras externas gratuito para aquellos seguidores que compartan una publicación.

6.9. Técnica de Lluvia de Ideas para Contenido

Crearemos propuestas para contenido incluyen:

"Consejos para proteger la pintura de tu coche del sol ecuatoriano".

“Tutorial paso a paso para limpiar el interior de tu vehículo".

"Mitos y verdades sobre el detailing automotriz".

6. 10. Plan de Contenidos

Se publicará un artículo semanal que aborde temas de interés para los amantes de los automóviles.

Instagram: Se realizarán publicaciones cada semana con fotos y videos de mis trabajos.

YouTube: Se compartirán videos tutoriales cada quince días.

CAPÍTULO VII: PROCESO TÉCNICO LOGÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE TODO EL ECOSISTEMA DIGITAL

7. 1 Presentación de los Sitios Web Actuales

Los sitios web según (GoDaddy, 2024) son un conjunto de páginas interconectadas alojadas en un dominio específico y accesibles a través de internet. Es por esto las que utilizamos se enfocan en las siguientes áreas: presencia en redes sociales, incluyendo Instagram, Facebook Meta Business y TikTok; la tienda en línea de Ecwid; y la comunicación directa a través de WhatsApp.

Revisaremos el contenido de la tienda de Ecwid, la coherencia de la imagen de la marca en todas las plataformas, así mismo analizaremos la efectividad de WhatsApp como canal de comunicación y reservación de citas.

Link de Ecwid: <https://detailing-j-d.company.site/products>

7.2 Presentación e Integración de todas las Redes Sociales

Redes Sociales:

Instagram.

Facebook Meta Business.

Ecwid

TikTok.

Integración con Ecwid:

Analizaremos como integrar las redes sociales con la tienda Ecwid, incluyendo la publicación de productos en Facebook e Instagram y la promoción de la tienda en Tik Tok.

Engagement

Evaluaremos la interacción en cada plataforma, tomando en cuenta las características de cada red social es decir comentarios, mensajes directos, visualizaciones de videos, etc.

7.3 Ventaja Competitiva de la Presencia en Internet

Diferenciación

Destacaremos el uso de TikTok como elemento diferenciador, mostrando la creatividad y el dinamismo de Detailing J&D.

También resaltaremos la integración de Ecwid en las redes sociales para facilitar la compra.

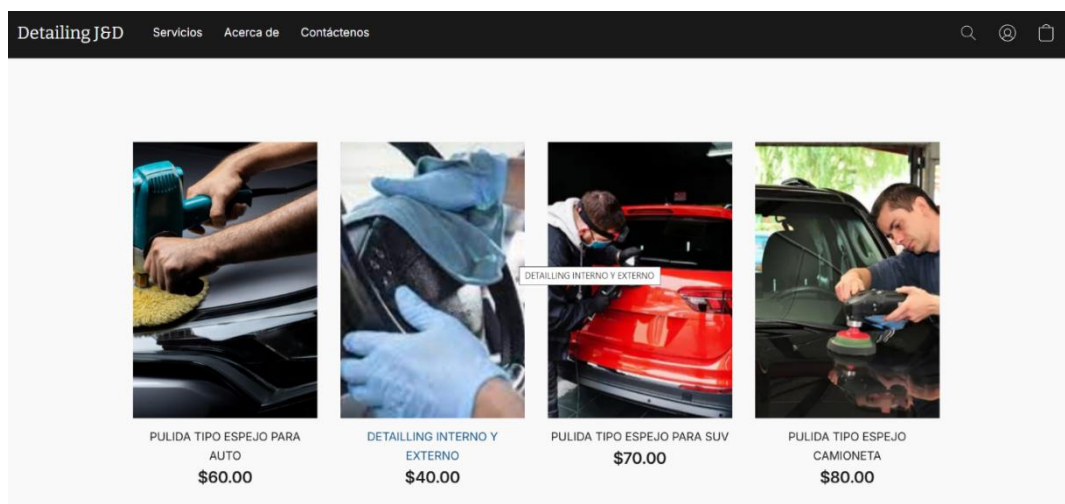
Posicionamiento de Marca

Buscaremos construir una imagen de marca moderna y cercana, aprovechando el alcance de TikTok y la facilidad de compra en Ecwid.

<https://www.tiktok.com/@detailing.j.d>



<https://detailing-j-d.company.site>



7.4 Tienda Online (Ecwid)

Mantener los puntos importantes con respecto a la tienda Ecwid, adaptándolos a la realidad de Detailing J&D en Portoviejo.

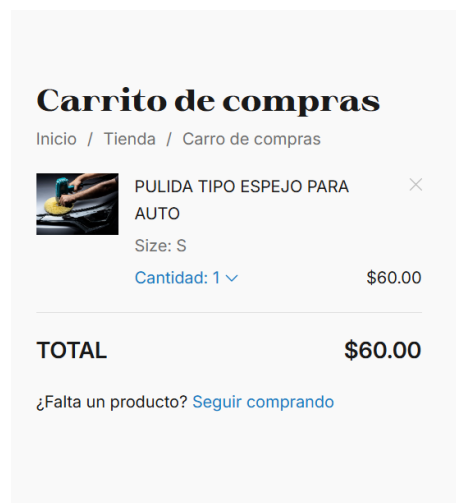
Prestar atención especial a los métodos de integración de Ecwid con las redes sociales, garantizando una excelente experiencia al momento de la compra.

Utilizar TikTok para promocionar productos y servicios, mostrando videos creativos y atractivos.

- <https://www.tiktok.com/@detailing.j.d>
- <https://detailing-j-d.company.site>

7.4.1 Carrito de Compra (Ecwid)

La función del carrito de compra se diseñó para ser de fácil uso e intuitiva para los clientes de Portoviejo. El resumen del pedido se presentará de forma clara y detallada.



7.4.2 Pasarelas de Pago

Integraremos en este 2025 las pasarelas de pago más populares que se emplean en la ciudad de Portoviejo, incluyendo tarjetas de crédito, PayPhone. Actualmente se cuenta con la opción de transferencias bancarias lo cual garantiza el uso de datos de los clientes en todo momento.

7.4.3 Botón de Pagos

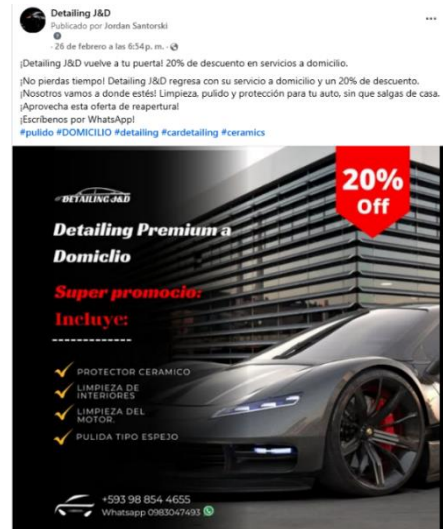
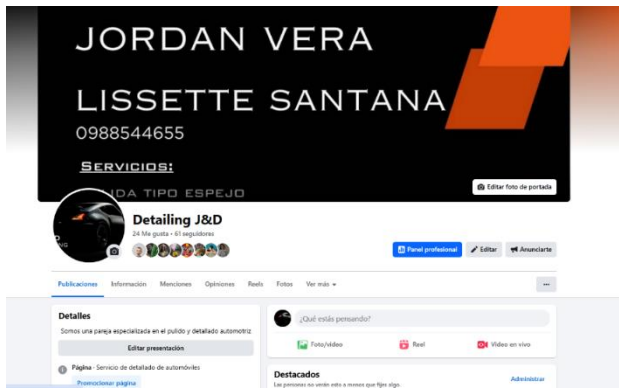
El botón de pago se visualizará de forma clara y con la facilidad de encontrarse tanto en la tienda Ecwid como en las publicaciones de redes sociales. La llamada de acción se diseñará para ser clara y persuasiva. Se implementarán botones de pago en publicaciones de Facebook, Instagram y TikTok, así como enlaces directos a productos y servicios en Ecwid. De igual manera se ofrece la opción de realizar pagos rápidos mediante enlaces directos por WhatsApp.

7.4.4 Proceso Logístico

La gestión de pedidos se ajusta de acuerdo con las particularidades de la ciudad de Portoviejo, tomando en cuenta la integración con proveedores locales. Implementaremos un sistema de seguimiento de envíos para indicar constantemente a los clientes sobre el estado de sus pedidos. También utilizaremos videos explicativos en TikTok para mostrar el proceso de preparación y envío de los pedidos.

7.4.5 Presentación de la Tienda Online en la Web y Redes Sociales

La campaña de comunicación está destinada a dar a conocer la tienda online Ecwid se centrará en el público de Portoviejo, utilizando todas las redes sociales disponibles. Promoveremos la tienda en Facebook, Instagram y TikTok mediante publicaciones atractivas y videos informativos. Llevaremos a cabo recorridos interactivos en TikTok para explicar el funcionamiento de la tienda Ecwid, y se integrarán testimonios de clientes de Portoviejo tanto en la página de la tienda como en las publicaciones de redes sociales.



7.4.6 Presentaciones de Transacciones Reales o Simuladas

Demostraremos el chat inicial de Messenger Facebook para la adquisición de nuestros servicios, se desarrolla teniendo en cuenta las preferencias de los clientes principalmente de la ciudad de Portoviejo. Realizaremos simulaciones de compra en Ecwid ya que es la tienda en línea que recientemente implementamos con ejemplos relevantes para la comunidad. Además, generaremos un informe que incluya métricas sobre la conversión y el embudo de ventas de Ecwid.

Escenario 1: Transacción Real

Ciente: Christian Alchundia, reside en Portoviejo, está interesado en un servicio de limpieza interior.

Producto: "Pulida tipo espejo para auto" (disponible en la tienda Ecwid).



El lavado interiores del vehículo asientos alfombra techo motor q.precio tiene de un spark

Si es lavado de interior y pulida por fuera son \$95 en caso de que los asientos sean de tela

Si desea solo limpieza son \$45

¿Que precios tienen?

¿Me enviarían más detalles?



Proceso:

- 1.- Christian accede a la tienda Ecwid a través del enlace en el perfil de Instagram de Detailing J&D.
- 2.- Navega por el catálogo y selecciona "Pulida tipo espejo para auto".
- 3.- Añade el producto a su carrito y avanza hacia el pago.
- 4.- Utilizaremos a finales de este 2025 la pasarela de pago PayPhone, integrada en Ecwid, para completar la transacción con su tarjeta de crédito.
- 5.- Recibe una confirmación del pedido tanto por correo electrónico como por WhatsApp.

6.-Coordina la cita para el servicio a través de WhatsApp.

7.- El servicio se lleva a cabo en el taller de Detailing J&D en Portoviejo.

8.- Christian recibe su factura electrónica por correo. (este proceso también lo tendremos disponible este 2025).

Tiempos Registrados

Desde la selección del producto hasta la confirmación del pago: 5 minutos.

Desde la coordinación de la cita hasta la finalización del servicio: 2 horas.

Métricas:

Tasa de conversión: 100% (pedido completado).

Tiempo promedio de compra: 5 minutos.

Escenario 2: Transacción Simulada

Cliente: Madeline Mendoza, residente en Portoviejo, interesada en pulida tipo espejo para su camioneta.

Producto: "Pulida tipo espejo para camioneta " (disponible en la tienda Ecwid).

Proceso:

1. Madeline accede a la tienda Ecwid mediante un enlace promocional en TikTok.
2. Explora el catálogo y elige el "Pulida tipo espejo para camioneta".
3. Añade el producto a su carrito y procede a realizar el pago.
4. Selecciona la opción de pago mediante transferencia bancaria (ofrecida en Ecwid).
5. Recibe las instrucciones necesarias para realizar la transferencia por correo electrónico.
6. Efectúa la transferencia y envía el comprobante por WhatsApp.
7. Se confirma el pago y se organiza la entrega del producto en su domicilio.

Métricas Simuladas

Tasa de conversión: 100%

Tiempo promedio de compra: 7 minutos.

Escenario 3: Embudo de Ventas (Métricas de Conversión)

Análisis del Embudo:

Visitantes de la tienda Ecwid (provenientes de redes sociales y enlaces directos): 100.

Visitantes que añaden productos/servicios al carrito: 30.

Visitantes que inician el proceso de pago: 20.

Visitantes que completan la compra: 15.

Métricas de Conversión

Tasa de conversión general: 15%.

Tasa de conversión de carrito a pago: 66.67%.

Tasa de conversión de pago iniciado a compra completada: 75%.

Acciones de Mejora

Optimizaremos la página para incrementar el número de visitantes que añaden al carrito.

Simplificar el proceso de pago para reducir la tasa de abandono.

Reporte

Generaremos un reporte mensual que detalle las métricas de conversión de Ecwid, analizando el embudo de ventas y detectando áreas de mejora.

Llevaremos a cabo un seguimiento de los tiempos de procesamiento de pedidos, así como de la satisfacción del cliente.

Empleamos herramientas de análisis como Ecwid para obtener información exhaustiva sobre cada cliente.

Visitantes de la Tienda: 100

Pago Iniciado: 20

Añadidos al Carrito: 30

Compra completada: 15

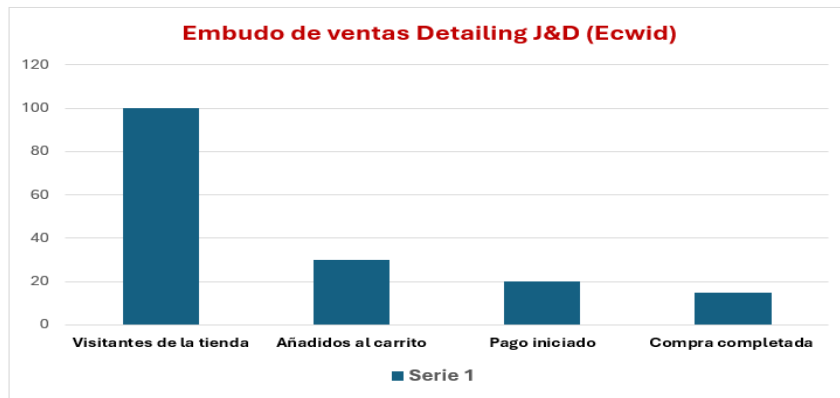


Gráfico 4: Embudo de Ventas Detailing J&D (Ecwid)

7.4.7 Interpretación del Gráfico Embudo de ventas Detailing J&D.

Visitantes: La barra más alta representa el número total de visitantes que llegaron a la tienda Ecwid.

Añadidos al Carrito: Se observa una disminución significativa, lo que indica que no todos los visitantes encuentran productos/servicios de su interés o tienen dudas.

Pago Iniciado: Otra disminución, lo que sugiere que algunos clientes abandonan el proceso de compra antes de ingresar sus datos de pago.

Compra Completada: La barra más baja muestra el número de clientes que finalizaron la compra.

CAPÍTULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN

8. 1 Gastos de Promoción

Los gastos de promoción son esenciales para incrementar la visibilidad de Detailing J&D y atraer a nuevos clientes, además según (Kenton, 2022) son un costo en el que incurren las empresas para comercializar sus productos o servicios a los consumidores. Los gastos de promoción varían desde obsequios, muestras gratuitas u otros trucos promocionales para ayudar a aumentar las ventas y los ingresos.

Es fundamental distribuir estos gastos de manera efectiva entre diversas estrategias de marketing, tanto digitales como tradicionales.

Gastos de Promoción Estimados:

Redes Sociales (Facebook, Instagram): \$30 mensuales destinados a publicidad dirigida hacia potenciales clientes.

Publicidad Local: \$25 mensuales para la difusión mediante banners, folletos y promociones en puntos estratégicos de la ciudad.

Campañas con Influencers Locales: \$100 mensuales para colaborar con microinfluencers que puedan amplificar nuestro mensaje.

Eventos y Promociones Especiales: \$300 anuales en ofertas atractivas y descuentos por tiempo limitado.

8. 2. Asignación de Presupuesto Mensual y Anual

Para garantizar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio, es vital establecer un presupuesto claro y bien definido para cada área.

Presupuesto Mensual:

Marketing Digital: \$30 mensuales en redes sociales y Ecwid.

Publicidad Local: \$300 mensuales para promoción física en la ciudad.

Servicios Especiales y Nuevas Inversiones: \$1,000 mensuales para la expansión de servicios, con nuevos equipos y maquinarias.

Salarios y Costos Operativos: \$3,000 mensuales para cubrir los salarios del equipo y los costos operacionales.

Presupuesto Anual:

Marketing Digital: \$300 anuales (que incluye todas las campañas en línea y la optimización de plataformas).

Publicidad Local y Eventos: \$700 anuales (destinados a eventos, promociones especiales y publicidad continua).

Inversión en Servicios Especializados: \$1,000 anuales para adquirir nuevos equipos, capacitar al personal en servicios especializados y expandir el portafolio de servicios.

Investigación y Desarrollo: \$100 anuales para explorar nuevas oportunidades de servicios o tecnologías emergentes.

8.3 Plan de Inversión en Plataformas Digitales

El crecimiento digital es indispensable para garantizar el éxito de Detailing J&D, por lo que invertir en plataformas digitales es importante. A continuación, se indica el plan para optimizar nuestra presencia en línea y atraer clientes nuevos.

Inversión Estimada en Plataformas Digitales:

Rediseño de Sitio Web y Plataforma de Reservas: \$100 iniciales para implementar una página web eficiente y un sistema de reservas en línea amigable con el usuario.

Publicidad en Redes Sociales: \$300 anuales para hacer campañas promocionales en Facebook, Instagram y otras plataformas clave.

(Optimización en Motores de Búsqueda) SEO: \$200 anuales para el mejoramiento del posicionamiento en los motores de búsqueda.

Monitoreo de Resultados y Análisis de Datos: \$500 anuales en herramientas que nos permitan evaluar las campañas digitales.

8. 4 Plan de Inversión en Marketing Tradicional

El marketing convencional se mantiene como una estrategia efectiva para atraer a clientes locales e incrementar el posicionamiento de la marca en la comunidad local. Se basa en medios de comunicación masiva, como televisión, radio, periódicos y revistas, mientras que el marketing digital utiliza canales digitales como el correo electrónico, las redes sociales, motores de búsqueda, sitios web, aplicaciones móviles, entre otros. (Galileo Universidad , 2023)

Inversión Estimada en Marketing Tradicional:

Publicidad en Medios Locales (Radio, Periódicos, Revistas): \$200 anuales. Esta cantidad incluye la contratación de espacios publicitarios en medios locales para generar conciencia en la comunidad.

Promoción en Eventos Locales: \$300 anuales destinados a la participación en ferias, eventos de automóviles o exposiciones relacionadas con el cuidado del vehículo.

Material Impreso: Se prevé una inversión anual de \$200 destinada a la creación de volantes, folletos y carteles publicitarios, los cuales se distribuirán en zonas estratégicas de la ciudad como el Centro y la Ciudadela Universitaria.

8.5 Campañas Pagadas en Redes Sociales a través de Ads Meta (Facebook e Instagram)

Las campañas pagadas en Meta, específicamente en Facebook e Instagram, permiten una segmentación precisa de la audiencia, lo que maximiza tanto el alcance como la conversión de potenciales clientes. También, según consisten en crear publicidad o

anuncios y pagar para que éstos aparezcan cuando los usuarios, por ejemplo, realizan una búsqueda en internet, navegan en una red social o mientras observan un video. A continuación, se detalla la inversión y el plan de acción.



Inversión Estimada para Campañas en Redes Sociales

Se destinarán \$ 30 mensuales a la publicidad en Facebook e Instagram. Estas campañas estarán segmentadas según la edad, ubicación y tipo de vehículo de los usuarios.

Objetivos de las Campañas

Atraer nuevos clientes.

Promocionar ofertas especiales.

Aumentar la visibilidad de los servicios premium.

Tipos de Anuncios disponibles

Anuncios visuales y en video que muestren el proceso de transformación de los servicios.

Publicidad de promociones limitadas y descuentos en servicios.

CAPÍTULO IX: INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE Y EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS.

Este capítulo tiene como propósito examinar el proceso de integración de la tienda en línea, así como evaluar las campañas digitales activas para Detailing J&D. Se abordará también la evaluación de las plataformas empleadas para atraer y convertir clientes, buscando así la creación de un ecosistema digital eficiente.

9. 1 Resumen de Enlaces del Ecosistema Digital

Se presenta un compendio de los enlaces fundamentales que configuran el ecosistema digital de Detailing J&D. Estos enlaces son esenciales para ofrecer una experiencia de usuario consistente y dirigir a los clientes hacia los diferentes puntos de contacto en línea con la marca.

Sitio Web y Tienda en Línea:

Sitio Web Principal: <https://detailing-j-d.company.site/products>

Enlace directo donde los clientes pueden encontrar información sobre servicios, precios y promociones.

Tienda en Línea: <https://detailing-j-d.company.site/products>

Plataforma de compra para servicios de detailing, como limpiadores, ceras y toallas, entre otros.

Redes Sociales:

Facebook Fanpage:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61556600811121&sk=about>

Página oficial donde se comparten ofertas, promociones y contenido relacionado con el cuidado del automóvil.

Instagram: <https://www.instagram.com/detailing.j.d>

Perfil con imágenes y videos de los servicios, testimonios de clientes y contenido visual atractivo.

TikTok: <https://www.tiktok.com/@detailing.j.d>

Canal dedicado a contenido dinámico y entretenido en torno al detailing de vehículos.

Canal de YouTube: <https://youtu.be/qZevCwQ1-V8?si=DaaAtUbLcY1f3JTv>

Espacio donde se publican tutoriales, demostraciones de servicios y contenido educativo sobre el cuidado del automóvil.

Linktree: <https://linktr.ee/DetailingJD>

9. 2. Conclusiones

La integración de la tienda online y la evaluación de las campañas digitales es fundamental para el crecimiento de Detailing J&D. Estos enlaces y herramientas no solo facilitan la navegación y el acceso a la información, sino que también contribuyen a crear una experiencia de cliente coherente y atractiva.

Evaluación de la Integración Digital:

La fusión de diversos canales digitales en una estructura armonizada enriquece la experiencia del cliente y también impulsa la transformación de visitantes ocasionales en compradores habituales. La inclusión de enlaces directos a la tienda en línea en las redes sociales favorece la navegación ágil, lo cual facilita así la conversión de usuarios interesados en clientes activos.

Evaluación de las Campañas Digitales:

Es fundamental hacer revisiones periódicas de las campañas en plataformas como Facebook, Instagram, para evaluar su eficacia. El análisis de datos de rendimiento como la tasa de clics (CTR), índices de conversión y niveles de engagement permite realizar ajustes necesarios que optimicen su rendimiento. Además, la presencia en TikTok y YouTube brinda a Detailing J&D la oportunidad de conectar con un público más joven, mientras que las estrategias en Facebook resultan ser más efectivas para atraer a clientes locales en busca de nuestros servicios de detailing.

Mejoras en la Estrategia

Ajustes en las campañas: Implementaremos pruebas A/B para identificar el tipo de contenido, ya sean fotos, videos o testimonios, genera mayor interacción y conversión.

Optimización del proceso de compra en línea: Asegurarnos que el recorrido en la tienda online sea sencillo y seguro para los clientes.

Fidelización: Estableceremos programas de fidelización digital, como descuentos o recompensas por compras frecuentes a través de la tienda en línea.

Bibliografía y Linkografía

Depa Chile. (2023). Obtenido de <https://depamkt.wixsite.com/depa/meguiars>

Detail Park. (27 de 12 de 2018). Obtenido de <https://detailpark.com/que-es-el-detailing-para-cohces/>

Mcasado. (29 de 07 de 2008). *¿Qué es del Detailing o Detallado?* Obtenido de <https://manualdedetailing.com/wp-content/uploads/2012/11/introduccion.pdf>

Hair, J. F., Ortinau, D. J., Dávila Martínez, F. J., Palos Báez, Enrique, Trujillo León, M. A., Cavazos Arroyo, J., & Bush, R. P. (2010). *Investigación de mercados : en un ambiente de información digital*. (4a. ed.). McGraw-Hill.

GoDaddy. (27 de 06 de 2024). Obtenido de <https://www.godaddy.com/resources/latam/emprender/que-es-un-sitio-web>

KIA. (7 de 12 de 2024). Obtenido de <https://www.kia.com/pe/util/news/cada-cuanto-lavar-carro.html>

Martins, J. (18 de 02 de 2025). *Planificación estratégica para empresas*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/strategic-planning>

Universidad Europea Online. (20 de 12 de 2024). Obtenido de <https://ecuador.universidadeuropea.com/blog/proceso-creativo/>

Rodríguez, A. (2018). *Estrategias de marketing digital para la promoción de Maestrías y Doctorados de la Universidad Nacional de Piura*. [tesis de maestría, Universidad de las Palmas de Gran

Canaria]. <https://pirhua.udep.edu.pe/items/521c0d6a-da2a-45a1-83dc-b714b13ddaef>

Echavarría, R. (2022). *Maestría en redes sociales y decisión de compra en los clientes de Pukllay Draft Beer Bar, Talavera de la Reyna 2021*. [tesis de maestría, Universidad Andina del

Cusco]. <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/4903>

Anexos:

Fotografías: Algunas de las personas encuestadas por Detailing J&D

