DEPARTAMENTO DE
INGENIERIA COMERCIAL
UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERIO SANTA MARÍA
Departamento de Ingeniería Comercial
MBA, Magíster en Gestión Empresarial

Evaluación del Proyecto *Baby Eco Detailing*: Emprendimiento Aplicado desde la Gestión Empresarial

Tesina de Grado presentada por
CAROLINA ANDREA SEBALLOS TIRADO

Como requisito para optar al grado de
MBA, Magíster en Gestión Empresarial

Guía de Tesina Álvaro Chacón
Marzo 2025

DEPARTAMENTO DE
INGENIERIA COMERCIAL
UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

MONOGRAFÍA A REPOSITORIO ACADÉMICO

1.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO ACADÉMICO

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

Título del trabajo: Desarrollo Emprendimiento Baby Eco Detailing

Nombre del candidato(a): Carolina Seballos

Carrera / Grado: MBA

Campus: Vitacura ; **Departamento**: Ingeniería Comercial

2.- VALIDACIÓN DEL PROFESOR GUÍA/DIRECTOR DE TESIS

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

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

3.- EVALUACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD POR PROPIEDAD INDUSTRIAL

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

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

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

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

DEPARTAMENTO DE
INGENIERIA COMERCIAL
UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

4.- FIRMAS

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

Fecha: 30/10/2026 ; **Firma:** 

Estudiante o Candidato(a):

Fecha: 23/12/2025 ; **Firma: Carolina Seballos**

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

DEPARTAMENTO DE
INGENIERIA COMERCIAL
UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

TITULO DE TESINA: "Evaluación del Proyecto Baby Eco Detailing: Emprendimiento Aplicado desde la Gestión Empresarial"

AUTOR: CAROLINA ANDREA SEBALLOS TIRADO

TRABAJO DE TESINA, presentando en cumplimiento parcial de los requisitos para el Grado de MBA, Magíster en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Federico Santa María.

OBSERVACIONES: *(uso interno)*

COMISIÓN DE TESINA:

- Álvaro Chacón
- Miguel Acevedo
- Macarena Gatica

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

Nombre: CAROLINA ANDREA SEBALLOS TIRADO.

Fecha: 23 de diciembre 2025

Contenido

1.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO ACADÉMICO 1
2.- VALIDACIÓN DEL PROFESOR GUÍA/DIRECTOR DE TESIS 1
3.- EVALUACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD POR PROPIEDAD INDUSTRIAL 1
4.- FIRMAS 2
1. Introducción 4
2. Origen del tema 5
3. Justificación del estudio 6
4. Planteamiento del problema 7
5. Objetivos de la investigación 8
Objetivos específicos: 8
6. Marco Teórico y Estado del Arte 9
Benchmark y analisis macroeconómico 10
Conclusiones Estratégicas 11
7. Metodología 12
8. Propuesta de Solución 13
9. Análisis Financiero y Proyecciones 14
9.1 Encuesta 14
9.2 Análisis financiero 15
10. Evaluación Estratégica y Plan de Implementación 17
11. Conclusiones y Recomendaciones 18
12. Bibliografía 20
13. Anexos 22
Anexo 1: Modelo de Negocios 22
Anexo 2: Análisis financiero 24
Anexo 3: Análisis PESTEL 29
Anexo 4: Análisis de las 5 Fuerzas de Porter 30
Anexo 5: Análisis FODA: 32
Anexo 6: Encuesta 33

1. Introducción

La presente tesina nace desde una inquietud genuina y cotidiana: cómo cuidar de forma práctica, segura y sustentable los artículos que acompañan el día a día de la crianza, como los coches y sillas de auto para bebé. Esta propuesta surge no solo desde la observación del entorno, sino también desde la experiencia personal como madre y profesional, y se fortalece a partir del aprendizaje adquirido durante este Magíster en Gestión Empresarial, que permitió transformar una necesidad concreta en una oportunidad de negocio viable y con propósito.

El proyecto Baby Eco Detailing se centra en el diseño, validación e implementación de un servicio de limpieza ecológica y profesional, orientado exclusivamente a sillas y coches de bebé, prestado a domicilio y con una propuesta de valor construida sobre la confianza, el profesionalismo y la empatía. A lo largo del presente trabajo se busca demostrar la factibilidad operativa, estratégica y financiera del emprendimiento, proyectando además un camino de crecimiento gradual, eficiente y responsable.

La formulación de esta propuesta se apoya en herramientas prácticas de análisis de mercado, planificación estratégica, gestión financiera y operación de servicios, así como en el diseño de modelos de negocios centrados en la experiencia del cliente y en criterios de sustentabilidad. Se consideran también las tendencias actuales que valoran los servicios personalizados, responsables con el medioambiente y apoyados en procesos digitales, lo que refuerza el potencial de diferenciación de la propuesta (Kotler & Keller, 2016; Osterwalder & Pigneur, 2010). Esta tesina representa, en consecuencia, no solo una aplicación concreta del conocimiento adquirido, sino también una apuesta personal y profesional por un emprendimiento con impacto social, económico y medioambiental (Porter, 1996; Ellen MacArthur Foundation, 2021).

2. Origen del tema

Durante la etapa de crianza, observé repetidamente lo difícil que resulta mantener en condiciones higiénicas óptimas los coches y sillas de auto que usamos a diario. Estos artículos acumulan polvo, restos de comida, bacterias y olores, pero existen muy pocas alternativas accesibles, ecológicas y cómodas para limpiarlos de forma profesional. Esta experiencia personal fue el punto de partida para idear una solución efectiva, segura y práctica que se transformara en un emprendimiento formal.

La identificación de esta necesidad surge de una mirada crítica al entorno, impulsada por la inquietud de resolver un problema cotidiano a través de una propuesta innovadora y con impacto. Esta visión fue complementada por herramientas que permitieron analizar el contexto normativo de los servicios a domicilio, considerando desde el inicio los marcos regulatorios pertinentes (Díaz, 2022). A su vez, el enfoque centrado en el cliente se consolidó al reconocer la importancia de generar confianza, cercanía y empatía en quienes contratan el servicio, especialmente padres y madres de niños pequeños.

Por tanto, el origen de este proyecto responde no solo a una vivencia personal, sino también a un proceso estructurado que combinó observación, análisis y aplicación de conocimientos adquiridos durante la formación de postgrado. Esta articulación entre experiencia y conocimiento permitió transformar una necesidad real en una propuesta de valor concreta, factible y alineada con las nuevas exigencias sociales y ambientales (Dyer, Gregersen & Christensen, 2011).

3. Justificación del estudio

Esta tesina busca articular conocimientos estratégicos adquiridos a lo largo de la formación en gestión con una oportunidad concreta de emprendimiento, nacida desde la experiencia personal y validada a través del análisis del entorno. El estudio se justifica desde diversos ángulos: responde a una necesidad real y no resuelta en el mercado, permite diseñar una propuesta basada en modelos de negocio comprobados, y ofrece una solución alineada con tendencias actuales de consumo responsable, sostenibilidad y preferencia por servicios personalizados y a domicilio.

Además, el enfoque del proyecto contempla condiciones realistas de ejecución: no superar cinco horas diarias de trabajo, requerir la contratación de una sola persona de apoyo, y garantizar la inexistencia de utilidades negativas durante un horizonte proyectado de 18 meses. Estas restricciones operativas han sido consideradas desde el inicio para asegurar un modelo eficiente, escalable y adaptable a contextos personales y familiares.

El análisis estratégico evidenció que, si bien existen servicios de limpieza tradicionales, no se observa una oferta profesional, ecológica y especializada en artículos de uso infantil. Este vacío competitivo justificó el desarrollo de una propuesta diferenciadora, con foco en un segmento desatendido y una estrategia de nicho bien definida (Porter, 1996).

Asimismo, la construcción del modelo se fundamenta en criterios de sostenibilidad, optimización de recursos y bajo impacto ambiental, integrando principios de economía circular y alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Ellen MacArthur Foundation, 2021). La propuesta busca no solo viabilidad económica, sino también coherencia ética y compromiso con el entorno social y medioambiental.

En definitiva, este estudio se justifica por su pertinencia práctica, su aplicabilidad en un entorno real, y su capacidad de integrar múltiples dimensiones estratégicas, operativas y sociales que permiten proyectar un negocio con sentido, impacto y sostenibilidad.

4. Planteamiento del problema

En la actualidad, no existe en Santiago de Chile —particularmente en el sector oriente— una oferta formal, especializada y segura de servicios de limpieza profunda para coches y sillas de auto de bebé, que además sea ecológica, a domicilio y pensada específicamente para el segmento familiar. Las alternativas disponibles son limitadas, muchas veces informales, y no consideran las exigencias particulares de estos artículos, tanto en términos de higiene como de cuidado infantil.

Este vacío en el mercado representa una doble problemática. Por un lado, afecta directamente a las familias, quienes enfrentan dificultades logísticas y riesgos sanitarios al no contar con una solución confiable y profesional. Por otro, implica una oportunidad desaprovechada para desarrollar un modelo de negocio rentable, con potencial de crecimiento y bajo nivel de riesgo, al atender una demanda insatisfecha con una propuesta de valor clara y diferenciada (Sapag & Sapag, 2020).

Desde una perspectiva de análisis de mercado, el problema también radica en una segmentación poco atendida: padres y madres que buscan soluciones prácticas, eficientes y sustentables, pero que no encuentran una oferta que combine experiencia de servicio, confianza, responsabilidad ambiental y conveniencia (Kotler & Keller, 2016). No se trata solo de un problema operativo, sino también emocional y simbólico: se requiere confiar en quien manipula y limpia los artículos más sensibles y utilizados por los hijos pequeños.

En síntesis, el problema central de esta investigación es la inexistencia de una propuesta profesional, confiable y ecológica de limpieza a domicilio para coches y sillas de bebé en Santiago, orientada a satisfacer las expectativas funcionales y emocionales de las familias urbanas.

5. Objetivos de la investigación

Objetivo general:

Evaluar la viabilidad técnica, operativa y financiera del emprendimiento *Baby Eco Detailing* como servicio de limpieza ecológica y profesional a domicilio para sillas y coches de bebé en la zona oriente de Santiago de Chile.

Objetivos específicos:

- Proyectar el flujo financiero del negocio en un horizonte de 18 meses, estimando ingresos, costos e instrumentos de medición de éxito.
- Diseñar un modelo de negocio utilizando el enfoque Canvas, integrando recursos, canales y propuesta de valor.
- Analizar la industria del emprendimiento realizando benchmark y análisis del macroentorno.

La planificación de los objetivos, además, fue estructurada utilizando la metodología de proyectos enseñada en el MBA, donde cada fase de implementación considera recursos, actividades clave, tiempos estimados y criterios de éxito medibles. Esta lógica permite una implementación ordenada y adaptable, coherente con los principios del control de gestión moderno.

6. Marco Teórico y Estado del Arte

Esta propuesta se sustenta en cinco pilares teóricos: el diseño de modelos de negocio, la definición del precio del servicio, el marketing estratégico y la gestión financiera de emprendimientos sostenibles.

Por un lado se adopta el enfoque de Osterwalder y Pigneur (2010) mediante la herramienta **Canvas**, que permitió estructurar de forma visual y estratégica la propuesta de valor, los segmentos de clientes, los canales de distribución, las relaciones clave, las fuentes de ingreso, las actividades y recursos esenciales, así como la estructura de costos.

Esta metodología facilitó la validación de la coherencia entre la necesidad identificada y la solución propuesta, particularmente en un contexto donde la personalización del servicio y la cercanía con el cliente resultan esenciales.

Para definir una estrategia de posicionamiento diferencial, centrada en el valor percibido por el cliente y la segmentación psicográfica del mercado objetivo (Kotler & Keller, 2016) se incorporaron principios del comportamiento del consumidor, esenciales para comprender las motivaciones de compra de padres y madres jóvenes, quienes valoran especialmente la conveniencia, la confianza en el servicio y la sostenibilidad de los productos ofrecidos.

Adicionalmente, se realizó una **encuesta aplicada a una muestra representativa de 67 personas**, determinada estadísticamente con un **nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%**, sobre una población objetivo de 40.096 personas. Esta instancia permitió validar empíricamente la disposición a pagar del segmento objetivo, obteniendo como resultado una **tendencia promedio de pago de $11.500 CLP por servicio**, dato clave para la definición de precio y proyección de ingresos.

Desde el enfoque financiero se analiza la factibilidad económica del negocio, mediante el cálculo del punto de equilibrio, proyecciones de ingresos y utilidades, y simulación de escenarios de escalamiento. La comprensión de los **flujos de caja, el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR) y el retorno sobre la inversión (ROI)** permitió sustentar técnicamente las decisiones estratégicas de inversión y crecimiento, estos últimos se desarrollan en el Anexo 2.

La perspectiva de Economía Circular y la Sustentabilidad Empresarial otorga sentido al propósito del emprendimiento: ofrecer un servicio que extienda la vida útil de productos infantiles y reduzca el consumo innecesario de recursos. Esta visión no solo representa un valor diferenciador en el mercado, sino también una convicción personal que define el sello del proyecto (Ellen MacArthur Foundation, 2021).

Finalmente se entrega una mirada al negocio en su versión extranjera para un mercado en Estados Unidos donde se espera emular las características del servicio con un precio competitivo y adaptado a la realidad de Chile

Benchmark y analisis macroeconómico

¿Qué es este servicio?

En EE.UU., el **baby gear cleaning** *("servicio de limpieza de articulos de bebe")* es un servicio profesional dirigido principalmente a padres que quieren higienizar profundamente productos como:

- Sillas de auto (car seats)
- Cochecitos (strollers)
- Moisés, cunas portátiles, andadores, etc.

Características del servicio en EE.UU.

Aspecto	Detalles comunes
Modalidad	A domicilio, retiro y entrega, o en local físico. Algunos usan unidades móviles como vans adaptadas.
Métodos de limpieza	Vapor, aspirado, lavado a mano, productos eco-friendly, desinfección con luz UV en algunos casos.
Tiempo de entrega	Desde el mismo día hasta 48 horas. En algunos casos, ofrecen servicio express.
Precios	Varían según la región, pero por ejemplo: – Silla de auto: $40 - $85 USD – Coche de paseo: $50 - $100 USD – Combo coche + silla: $80 - $150 USD
Clientes típicos	Padres ocupados, familias con más de un hijo, personas que compran productos usados, o que quieren revender.
Extras	Algunos ofrecen certificados de limpieza, desinfección hospitalaria o incluso pick-up & drop-off en guarderías.

Tabla N°1: Características de servicio de detailing en Estados Unidos

Empresas destacadas en USA

Algunos ejemplos de empresas conocidas que se dedican a esto:

- **Tot Squad** (nacional, con alianzas con Target, BabyQuip)
- **BabyQuip Cleaning** (funciona tipo marketplace, muchos prestadores independientes)
- **The Baby Gear Cleaner** (Florida, expansión regional)

- **Stroller Spa** (boutique cleaning en ciudades grandes como San Francisco o Nueva York)

Tendencias actuales

1. Uso de productos no tóxicos y eco-friendly (muy valorado por padres en EE.UU.)
2. Servicios móviles tipo "van" totalmente equipadas para limpieza in situ.
3. Complemento con servicios de instalación de sillas de auto certificadas (CPST).

En suma, el marco teórico de esta tesina se construye sobre bibliografía especializada y, a su vez, sobre el aprendizaje metodológico y estratégico recibido a lo largo del programa MBA, integrando herramientas aplicadas de forma coherente al diseño, validación y proyección de un emprendimiento real.

Conclusiones Estratégicas

A partir del análisis del entorno macroambiental en Chile se hace Análisis PESTEL (Ver Anexo 3), es posible identificar oportunidades favorables para la implementación de servicios innovadores y sustentables como Baby Eco Detailing. La creciente preocupación por la salud infantil, el cuidado del medioambiente y la digitalización de los servicios genera un escenario propicio, siempre que se formalicen los procesos operativos, se utilicen productos certificados y se capitalicen adecuadamente los canales digitales. No obstante, también deben considerarse riesgos relevantes como una eventual sobre-regulación sanitaria, el descenso en las tasas de natalidad y la presencia de competencia informal, que podrían afectar la sostenibilidad del modelo.

Para determinar cuáles son los principales indicadores de la estructura competitiva se realiza estudio de las 5 Fuerzas de Porter aplicado al proyecto (Ver Anexo 4). En este contexto, se concluye que el mercado de limpieza de artículos infantiles se muestra atractivo, aunque con potencial riesgo de saturación si no se logra una diferenciación significativa.

La propuesta de valor de *Baby Eco Detailing* debe consolidarse en torno a su especialización técnica, la construcción de confianza a través de una identidad cercana, la comodidad del servicio a domicilio, una promesa real de sustentabilidad mediante el uso de productos eco-friendly, el impacto económico al extender la vida útil del accesorio, sin preocupaciones y a un precio accesible. Estos factores, conforman la base de una ventaja competitiva difícil de imitar y alineada con las nuevas demandas del consumidor consciente.

7. Metodología

La presente investigación adopta una metodología de tipo aplicada, con enfoque cualitativo-cuantitativo, diseño exploratorio y carácter descriptivo. El estudio fue desarrollado a partir de datos primarios obtenidos mediante observación directa, encuestas, entrevistas informales a padres y madres del segmento objetivo, y pruebas piloto del servicio. Además, se utilizaron datos secundarios provenientes de informes públicos, estudios sectoriales y benchmarking de emprendimientos similares.

Para el diseño de esta metodología se enfatiza la importancia de seleccionar un enfoque coherente con los objetivos del estudio y el problema a resolver. La elección de una estrategia mixta permitió integrar el análisis del contexto con herramientas de validación del modelo de negocio (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Por otro lado, se incorporó una estructura basada en fases, lo que permitió organizar el estudio en etapas secuenciales: diagnóstico del entorno, formulación del modelo y evaluación financiera.

Asimismo, se utilizaron herramientas prácticas para desarrollar simulaciones de escenarios (pesimista, medio y optimista), proyecciones de flujos y cálculo del punto de equilibrio, con base en supuestos realistas y datos obtenidos en terreno. La combinación de estas técnicas otorgó mayor robustez a la validación de la propuesta.

En conclusión, la metodología de esta tesina refleja una integración directa entre los marcos conceptuales y herramientas prácticas adquiridas en el MBA, demostrando que es posible aplicar conocimientos académicos a contextos reales de emprendimiento con foco en innovación, eficiencia y sostenibilidad.

8. Propuesta de Solución

La solución propuesta consiste en la implementación de Baby Eco Detailing, un servicio especializado de limpieza profunda, ecológica y a domicilio para sillas de auto y coches de bebé. El servicio está orientado al segmento de madres y padres que valoran la seguridad, higiene y sostenibilidad en el cuidado de sus hijos, pero que no cuentan con el tiempo ni las herramientas adecuadas para realizar estas tareas de forma efectiva. El modelo de negocio fue estructurado utilizando la herramienta Canvas (ver Anexo 1), complementado con los supuestos base que sustentan el análisis financiero (ver Anexo 2), una planificación clara por fases y una definición de arquetipo de cliente (ver anexo 1)

El servicio utiliza productos hipoalergénicos, maquinaria profesional (aspiradora industrial, vaporizador y extractor) y procesos certificados que eliminan suciedad, bacterias y alérgenos. La propuesta de valor integra confianza, profesionalismo, cercanía y conveniencia.

Para el diseño de esta solución se utiliza el Modelo Canvas (ver Anexo 1) el cual permitió identificar con claridad los elementos clave del negocio: propuesta de valor, canales de distribución, segmentación de clientes, relaciones, flujos de ingresos, recursos, actividades, socios clave y estructura de costos (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Asimismo, se adiciona al diseño de una estrategia digital centrada en redes sociales (Instagram, WhatsApp Business); un contenido emocionalmente atractivo, campañas de fidelización y estrategias de adquisición por recomendación. Esta estrategia se basa en una segmentación psicográfica y conductual, priorizando valores como conveniencia, seguridad y estilo de vida familiar.

Desde la perspectiva de la Logística de Servicios, el servicio se estructura para operar en modalidad móvil, optimizando tiempos de traslado, rutas y recursos, a fin de mantener un flujo de operación eficiente dentro de una jornada de trabajo regular.

Por otro lado, se integra a la filosofía el uso de insumos biodegradables con el objetivo de extender la vida útil de productos infantiles, reduciendo el consumo y desperdicio.

En resumen, la solución de *Baby Eco Detailing* responde a una necesidad del mercado con una propuesta técnica, económica y operativamente viable, sustentada en herramientas aprendidas en el MBA y ajustada a las nuevas demandas del entorno.

9. Análisis Financiero y Proyecciones

9.1 Encuesta

Para definir el precio de venta del servicio se utilizó el enfoque de Disposición a pago y el valor del mismo a través de encuesta realizada a una muestra. La muestra se obtuvo mediante los datos del Censo realizado el 2024 en donde se utilizó la tabla 5 de la encuesta respecto de la población menor de 4 años en comunas del sector oriente de la Región Metropolitana.

Al respecto se encontraron 40.096 niños para los cuales se estimó una muestra representativa. De acuerdo a lo anterior el tamaño de la muestra será de 67 personas.

- **Población (N):** 40.096
- **Nivel de confianza:** 90% → $Z = 1{,}645$
- **Margen de error (e):** 10% → $e = 0{,}10$
- **Proporción esperada (p):** 0,5 (más conservadora)

---

1. Tamaño de muestra sin ajuste:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2} = \frac{(1{,}645)^2 \cdot 0{,}5 \cdot 0{,}5}{0{,}10^2} = \frac{2{,}706 \cdot 0{,}25}{0{,}01} = \frac{0{,}6765}{0{,}01} = 67{,}65$$

---

2. Ajuste por población finita (N = 40.096):

$$n_{\text{ajustado}} = \frac{67{,}65}{1 + \left(\frac{67{,}65-1}{40096}\right)} = \frac{67{,}65}{1 + \frac{66{,}65}{40096}} = \frac{67{,}65}{1 + 0{,}00166} = \frac{67{,}65}{1{,}00166} \approx 67{,}53$$

La encuesta se basó en 5 preguntas

1. ¿Cuántos niños menores de 4 años tienes a tu cargo?
2. ¿Qué relación se tiene con los niños?
3. ¿En qué comuna de Santiago resides?
4. ¿Alguno de los niños a tu cargo presenta alergias o problemas a la piel? (como dermatitis, piel atópica, etc)
5. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un servicio profesional de limpieza profunda de coches o sillas de bebe en los que se utilicen productos hipo alergénicos?

El ejercicio concluyó que la disposición a pago es del 70% de los encuestados. El ticket promedio estimado es de $11.500 CLP. (Ver anexo 6). Este valor fue considerado como precio del servicio para efecto de los cálculos financieros.

Los escenarios financieros fueron construidos usando simulaciones basadas en flujos de caja mensuales, indicadores como utilidad neta, margen operacional y retorno sobre la inversión (ROI), ver anexo 2. Este enfoque, permite determinar con precisión cuándo conviene reinvertir utilidades, aumentar la capacidad instalada o contratar personal (Sapag & Sapag, 2020).

9.2 Análisis financiero

La evaluación financiera del proyecto *Baby Eco Detailing* se construyó permitiendo estimar con realismo el comportamiento económico del negocio durante sus primeros 18 meses de operación con un capital inicial de $1.500.000CLP. Para ello, se desarrolló un flujo financiero proyectado con los supuestos de este estudio (Ver anexo 2) y se definió un plan de contratación escalonado.

Para el presente estudio se desarrollaron tres escenarios a un horizonte de 18 meses y con tasas de descuento del 4%:

- Escenario Pesimista: Crecimiento realista multiplicado por factor de reducción al 70%

  VAN: $-2.824.637CLP TIR: - ROI: 7

- Escenario Medio: Opción de crecimiento realista, estable y decreciente en el tiempo.

  VAN: $3.719.878CLP TIR: 20.9% ROI: 9

- Escenario Optimista: Crecimiento realista multiplicado por factor de amplificación del 30%.

  VAN: $17.097.900CLP TIR: 44,01% ROI: 8.69

La estrategia financiera incorpora una lógica de reinversión del 10% en marketing digital y mejoras de operación por cada aumento de tramo de crecimiento con el fin de lograr la demanda propuesta. Esto permite sostener el crecimiento sin comprometer la liquidez. Esto se sustenta en los resultados de los distintos escenarios de flujos financieros, ver más detalles en anexo 2, en los cuales se ejemplifica cómo una planificación gradual de escalamiento permite una gestión eficiente de capital de trabajo.

Por otro lado, la inversión inicial estimada fluctúa entre $650.000 y $1.000.000 CLP, (ver Anexo 2), considerando la adquisición de maquinaria usada (aspiradora industrial, inyectora-extractora y vaporizador), insumos de limpieza, elementos de protección personal, y un presupuesto inicial para marketing digital segmentado.

El modelo proyecta costos fijos mensuales en torno a los $150.000 CLP (marketing, insumos, transporte y mantenimiento), mientras que el costo variable por servicio se mantiene cercano a los $1.500 CLP.

En síntesis, el análisis financiero de Baby Eco Detailing confirma la viabilidad del negocio, su sostenibilidad en el tiempo y su potencial de crecimiento, siempre que se mantenga la disciplina financiera y el foco en el cliente como eje de rentabilidad.

10. Evaluación Estratégica y Plan de Implementación

La evaluación estratégica de *Baby Eco Detailing* considera tanto el análisis del entorno competitivo como la planificación por fases del crecimiento del emprendimiento. El diseño se apoya en contenidos clave abordados en los cursos de **Dirección Estratégica**, **Gestión de Proyectos**, **Control de Gestión** y **Liderazgo Organizacional**, los cuales proporcionaron metodologías aplicables para una implementación estructurada y sostenible.

Desde el curso de **Dirección Estratégica**, se aplicaron los modelos de análisis competitivo de Porter y la matriz FODA (Ver Anexo 5) para definir una estrategia de diferenciación enfocada en la experiencia de cliente, la especialización del servicio y el enfoque ecológico como ventaja sostenible (Porter, 1996).

El curso de **Gestión de Proyectos** fue clave para definir un plan de implementación estructurado en cinco fases, cada una con metas claras, tiempos definidos, indicadores y responsables, siguiendo el enfoque PMBOK (Kerzner, 2022):

La planificación fue validada con especial énfasis en el uso de KPI operacionales y financieros, lo que permitirá monitorear cada fase de implementación y tomar decisiones informadas.

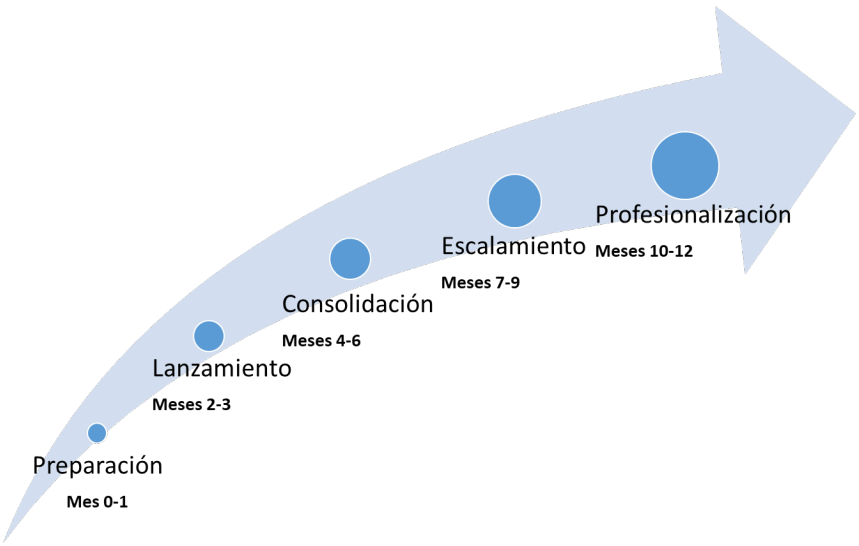


Imagen N°1: Esquema de crecimiento de proyecto Baby Eco Detailing

Además, desde la asignatura de **Liderazgo y Comportamiento Organizacional**, se incorporó una visión centrada en el cliente y en la creación de vínculos de confianza, fundamentales para fidelizar a una comunidad que prioriza la seguridad y el bienestar infantil.

11. Conclusiones y Recomendaciones

El desarrollo de esta tesina ha permitido validar de manera integral la **viabilidad técnica, operativa, estratégica y especialmente financiera** del emprendimiento *Baby Eco Detailing*. A partir de una necesidad cotidiana —detectada desde la experiencia directa de la maternidad— se diseñó una propuesta de valor especializada, sustentable y alineada con tendencias actuales de consumo.

Desde el enfoque estratégico, el proyecto se posiciona en un contexto de creciente transformación digital, preocupación por la higiene infantil y alta valorización de servicios personalizados. La estrategia de diferenciación y especialización permitió proyectar un posicionamiento sólido en un nicho sub-atendido, minimizando la competencia directa y aprovechando ventajas competitivas sostenibles (Porter, 1996).

Dado lo anterior, al ser un negocio nuevo y sin un cliente claro, es importante generar la necesidad del servicio estableciendo la importancia de la higiene y re educando a la población sobre sus beneficios. Esto en sí mismo es un desafío interesante y se recomienda un posterior estudio de comportamiento de consumidor de este tipo de servicio.

El análisis financiero fue central para determinar la relevancia y factibilidad del proyecto. Utilizando instrumentos como flujo de caja proyectado, análisis de punto de equilibrio y simulaciones de escenarios, se calculó un **Valor Actual Neto (VAN) de $3.719.878 CLP** para un horizonte de 18 meses, lo que confirma que el negocio genera un valor considerable por sobre la inversión inicial. Asimismo, la **Tasa Interna de Retorno (TIR) mensual alcanza el 20,9%**, lo que evidencia una rentabilidad muy superior a la tasa mínima esperada (aproximadamente 0,8% mensual). Por su parte, el **Retorno sobre la Inversión (ROI)** se recupera al 9no mes. En el horizonte de 18 meses la inversión inicial se multiplica por 7. Estos indicadores no solo validan la sostenibilidad financiera, sino que justifican ampliamente la puesta en marcha del proyecto, con un riesgo acotado y alto potencial de escalamiento (Sapag & Sapag, 2020).

En el ámbito operativo, se diseñó un plan de implementación dividido en fases, con criterios de éxito claros, momentos clave para la incorporación de personal y gradual digitalización de procesos. Esta estructura, apoyada en los contenidos de Logística de Servicios y Gestión de Proyectos, permite una ejecución flexible, escalable y compatible con la disponibilidad horaria de la emprendedora.

Finalmente, desde el enfoque comercial y relacional, la integración de contenidos de Comportamiento Organizacional, Marketing Gerencial y Estrategia Comercial fue clave para comprender al cliente objetivo: padres jóvenes, digitalizados, exigentes y emocionalmente comprometidos con la seguridad e higiene de sus hijos. La empatía, confianza y percepción de valor se consolidan como los pilares del vínculo con el cliente.

Recomendaciones:

- Establecer un **checklist operativo** que asegure el cumplimiento de actividades clave en cada fase.
- Iniciar operaciones en una zona geográfica acotada, optimizando recursos y controlando costos.
- Implementar una **estrategia digital intensiva desde el primer mes**, con foco en redes sociales, testimonios y contenido audiovisual.
- Utilizar herramientas digitales simples (Google Sheets, WhatsApp Business) para seguimiento de clientes y frecuencia de servicios.
- Evaluar la contratación de personal o tercerización de tareas logísticas a partir de los **100 servicios mensuales**.
- Reinvertir al menos un **10% de los ingresos mensuales** en marketing digital y mejora continua del servicio.

12. Bibliografía

1. Carey. (2023). *The Food, Beverage and Cosmetics Law Review*. https://www.carey.cl/ml/newsalert/The-Food-Beverage-and-Cosmetics-Law-Review-published-by-The-Law-Reviews.pdf
2. Chemycal. (2023). *Safety requirements to be met by products used by children*. https://chemycal.com/news/e90b887d-2f25-4a80-9f2c-1b21b88d6c2d/Chile__Safety_requirements_to_be_met_by_products_used_by_children
3. Díaz, M. (2022). *Derecho aplicado a los negocios en Chile*. Editorial Jurídica Chile.
4. Dyer, J., Gregersen, H., & Christensen, C. (2011). *The innovator's DNA: Mastering the five skills of disruptive innovators*. Harvard Business Review Press.
5. Ellen MacArthur Foundation. (2021). *Global Commitment Report – Government of Chile*. https://ellenmacarthurfoundation.org/global-commitment-2021/signatory-reports/gov/government-of-chile
6. Ellen MacArthur Foundation. (2021). *What is a circular economy?* https://ellenmacarthurfoundation.org
7. Euromonitor International. (2023). *Wipes in Chile*. https://www.euromonitor.com/wipes-in-chile/report
8. Gobierno de Chile. (2021). *Emprendimiento en Chile 2021: Reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. https://www.gemconsortium.org/report
9. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
10. Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE). (2024). *Estadísticas Demográficas y Vitales: Nacimientos y Natalidad*. https://www.ine.cl
11. Instituto Nacional de Estadísticas de Chile. (2023). *Estadísticas de nacimientos y crecimiento urbano*. https://www.ine.cl
12. Kerzner, H. (2022). *Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling* (13.ª ed.). Wiley.
13. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.ª ed.). Pearson Educación.
14. Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados* (M. E. Ortiz Salinas, Trad.; 5.ª ed.). Pearson Educación. (Original publicado en 2006)
15. Ministerio de Salud de Chile. (2003). *Decreto Supremo N° 239. Reglamento del Sistema Nacional de Control de Cosméticos*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. https://bcn.cl/1xov6
16. Ministerio del Medio Ambiente de Chile. (2022). *Guía de Producción Limpia y Consumo Sustentable*. https://mma.gob.cl
17. Observación directa, entrevistas informales y pruebas piloto. (2024). *Investigación de campo no publicada*.
18. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.

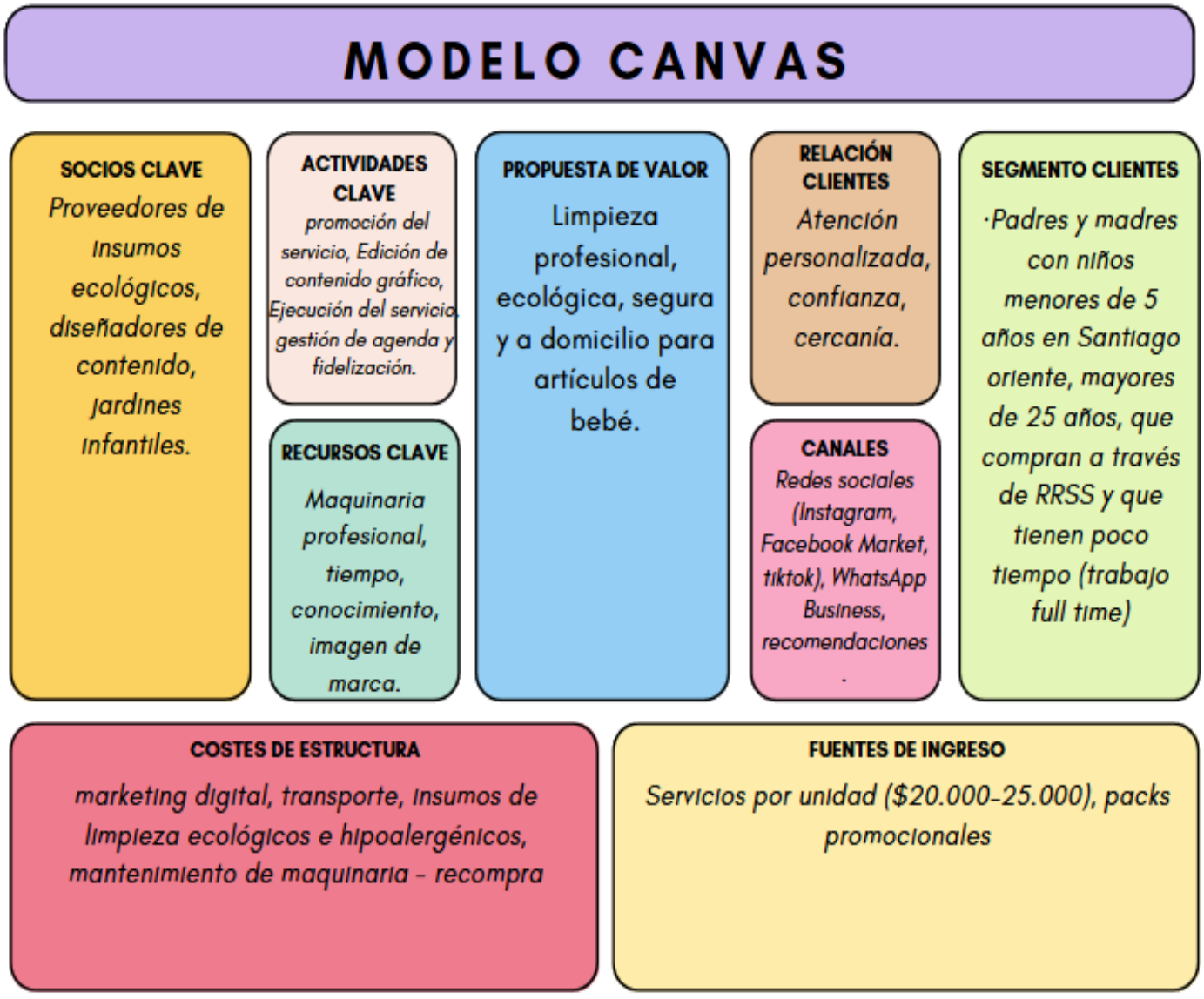
19. Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61–78.
20. Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93. https://hbr.org/2008/01/the-five-competitive-forces-that-shape-strategy
21. ReportLinker. (2024). *Chile Cleaning Services Market – Growth, Trends, Forecasts (2024–2028)*. https://www.reportlinker.com/
22. Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentals of corporate finance* (12.ª ed.). McGraw-Hill Education.
23. Sapag, N., & Sapag, R. (2020). *Preparación y evaluación de proyectos* (7.ª ed.). McGraw-Hill.
24. Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC). (2023). *Estudio sobre comportamiento del consumidor post-pandemia*. https://www.sernac.cl
25. Servicio Nacional del Consumidor. (2023). *Estudio sobre hábitos de consumo infantil*. https://www.sernac.cl
26. Statista. (2024). *Baby care trends in Latin America*. https://www.statista.com
27. Instituto Nacional de Estadísticas. (2024). *Censo 2024. Población menor de 4 años por comuna — sector oriente, Región Metropolitana.* https://www.ine.gob.cl

13. Anexos

Anexo 1: Modelo de Negocios

Modelo Canvas

El modelo de negocio fue diseñado utilizando el lienzo Canvas de Osterwalder y Pigneur (2010), herramienta trabajada durante el curso de **Modelos de Negocio y Emprendimiento**.



Arquetipo de Cliente (Segmentación)

1. **Carla, mamá primeriza (30 años)**
    - Vive en Las Condes.
    - Compra por Instagram.
    - Cuida mucho la higiene del bebé.
    - Valora confianza y profesionalismo.
2. **Paulo, abuelo cuidador (65 años)**
    - Vive en Ñuñoa.
    - No sabe limpiar bien la silla del auto.
    - Agradece atención personalizada.
3. **Camila, mamá ejecutiva (35 años)**
    - Poco tiempo.
    - Aprecia servicio a domicilio y agendamiento rápido.
    - Puede pagar un servicio premium.

Anexo 2: Análisis financiero

Supuestos y justificación del proyecto:

- Cada servicio genera $11.500 CLP.
- Contratación progresiva para aumentar capacidad operativa sin exceder las 5 horas diarias del emprendedor.

1. **Inversión inicial estimada (equipamiento usado):**

Ítem	Descripción	Costo estimado (CLP)
Aspiradora de agua/industrial	Aspirado profundo y húmedo	$150.000 - $250.000
Máquina de inyección/extracción	Para lavado profundo de telas	$250.000 - $400.000
Generador de vapor	Desinfección sin químicos fuertes	$150.000 - $250.000
Kit productos y accesorios	Paños, detergentes, brochas, atomizadores	$100.000
Total estimado inversión		**$650.000 - $1.000.000**

Escenario Optimista	Escenario Medio	Escenario Pesimista
$650.000	$850.000	$1.000.000

2. **Detalle de Costos**

Tipo de Costo	Detalle	Costo Estimado Mensual
Costos Fijos/mes		
Marketing digital	Publicidad en Instagram/Facebook	$40.000
Internet + Teléfono	Plan móvil y conexión para atención y agendamiento	$20.000
Software/Apps	Agenda online, Canva Pro, WhatsApp Business Premium	$10.000
Mantención equipos	Revisión, reparación y repuestos	$20.000
Total Fijos	**$90.000 - $200.000**	
Costos Variables		
Insumos limpieza	Productos hipo alergénicos, paños, bolsas	$500 por servicio
Transporte	Bencina/transporte urbano por domicilio	$1.000 por servicio
Total Variables	**Por servicio: $1.500 → mensualmente proporcional**	

Costos fijos/mes:

Escenario Optimista	Escenario Medio	Escenario Pesimista
$90.000	$145.000	$200.000

FLUJO FINANCIERO PROYECTADO A 18 MESES

Para el presente estudio se desarrollan tres escenarios posibles de flujos financieros de los cuales se trabaja en el escenario medio. A continuación, se presenta el escenario pesimista y optimista.

Escenario Pesimista: Estimación del crecimiento aplicándole un factor de reducción a 70%

Incremento crecimiento	Mes	Servicios/ mes	Ingresos Totales	Costos Variables	Costos Fijos	n° Trabajad	sueldo trabajadores	Sueldo emprendedor	Ingreso de caja proyectado	Flujo Acumulado	VAN
								CAPITAL INICIAL	$1.500.000		
35%	1	15	$172.500	$22.500	$145.000	1	$550.000	$0	-$545.000	-$545.000	$-2.824.637
	2	20	$232.875	$30.375	$145.000	1	$550.000	$0	-$492.500	-$1.037.500	
	3	27	$314.381	$41.006	$145.000	1	$550.000	$0	-$421.625	-$1.459.125	
	4	37	$424.415	$55.358	$145.000	1	$550.000	$0	-$325.944	-$1.785.069	
21%	5	45	$513.542	$66.984	$159.500	1	$550.000	$0	-$262.942	-$2.048.011	
	6	54	$621.386	$81.050	$159.500	1	$550.000	$0	-$169.165	-$2.217.175	
	7	65	$751.877	$98.071	$159.500	1	$550.000	$0	-$55.694	-$2.272.870	
	8	79	$909.771	$118.666	$159.500	1	$550.000	$0	$81.605	-$2.191.265	
14%	9	90	$1.037.138	$135.279	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	-$823.590	-$3.014.855	
	10	103	$1.182.338	$154.218	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	-$697.330	-$3.712.186	
	11	117	$1.347.865	$175.808	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	-$553.393	-$4.265.579	
	12	134	$1.536.566	$200.422	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	-$389.305	-$4.654.884	
	13	152	$1.751.686	$228.481	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	-$202.245	-$4.857.130	
7%	14	163	$1.874.304	$244.474	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	-$1.713.166	-$6.570.295	
	15	174	$2.005.505	$261.588	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	-$1.599.078	-$8.169.373	
	16	187	$2.145.890	$279.899	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	-$1.477.004	-$9.646.377	
	17	200	$2.296.102	$299.492	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	-$1.346.384	-$10.992.761	
	18	214	$2.456.830	$320.456	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	-$1.206.621	-$12.199.382	

Dados los indicadores negativos este escenario indica que un crecimiento menor al proyectado no sustenta la viabilidad del proyecto.

Escenario Optimista: Estimación del crecimiento aplicándole factor de amplificación a un 30%

Incremento crecimiento	Mes	Servicios/ mes	Ingresos Totales	Costos Variables	Costos Fijos	N° Trabajadores	sueldo trabajadores	Sueldo emprendedor	Ingreso de caja proyectado	Flujo Acumulado	VAN	TIR	ROI (mes)
								CAPITAL INICIAL	$1.500.000				
65%	1	15	$172.500	$22.500	$145.000	1	$550.000	$0	-$545.000	-$545.000			
	2	25	$284.625	$37.125	$145.000	1	$550.000	$0	-$447.500	-$992.500			
	3	41	$469.631	$61.256	$145.000	1	$550.000	$0	-$286.625	-$1.279.125			
	4	67	$774.892	$101.073	$145.000	1	$550.000	$0	-$21.181	-$1.300.306			
39%	5	94	$1.077.099	$140.491	$159.500	1	$550.000	$0	$227.108	-$1.073.198			
	6	130	$1.497.168	$195.283	$159.500	1	$550.000	$0	$592.385	-$480.813			
	7	181	$2.081.064	$271.443	$159.500	1	$550.000	$0	$1.100.120	$619.307			
	8	252	$2.892.678	$377.306	$159.500	1	$550.000	$0	$1.805.872	$2.425.180			
26%	9	317	$3.644.775	$475.405	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	$1.443.919	$3.869.099	$17.097.900	44,01%	8,690
	10	399	$4.592.416	$599.011	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	$2.267.955	$6.137.054			
	11	503	$5.786.444	$754.754	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	$3.306.241	$9.443.295			
	12	634	$7.290.920	$950.990	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	$4.614.480	$14.057.775			
	13	799	$9.186.559	$1.198.247	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	$6.262.862	$20.320.637			
13%	14	903	$10.380.811	$1.354.019	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	$5.683.798	$26.004.435			
	15	1.020	$11.730.317	$1.530.041	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	$6.857.281	$32.861.715			
	16	1.153	$13.255.258	$1.728.947	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	$8.183.316	$41.045.032			
	17	1.302	$14.978.442	$1.953.710	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	$9.681.737	$50.726.769			
	18	1.472	$16.925.639	$2.207.692	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	$11.374.952	$62.101.721			

En este escenario los valores de VAN, TIR y ROI son muy atractivos, pero con el presupuesto de marketing actual no sería posible alcanzar la cantidad de usuarios necesarios.

Dado lo anteriormente expuesto es que se decide avanzar con un escenario medio ya que los valores de VAN, TIR y ROI son indicadores de un negocio saludable y un crecimiento sostenido.

Escenario Medio: Estimación de la proyección conservadora.

Incremento crecimiento	Mes	Servicios/ mes	Ingresos Totales	Costos Variables	Costos Fijos	N° Trabajadores	sueldo trabajadores	Sueldo emprendedor	Flujo de caja proyectado	Flujo Acumulado	VAN	TIR	ROI (mes)
								CAPITAL INICIAL	$1.500.000				
50%	1	15	$172.500	$22.500	$145.000	1	$550.000	$0	-$545.000	-$545.000			
	2	23	$258.750	$33.750	$145.000	1	$550.000	$0	-$470.000	-$1.015.000			
	3	34	$388.125	$50.625	$145.000	1	$550.000	$0	-$357.500	-$1.372.500			
	4	51	$582.188	$75.938	$145.000	1	$550.000	$0	-$188.750	-$1.561.250			
30%	5	66	$756.844	$98.719	$159.500	1	$550.000	$0	-$51.375	-$1.612.625			
	6	86	$983.897	$128.334	$159.500	1	$550.000	$0	$146.063	-$1.466.563			
	7	111	$1.279.066	$166.835	$159.500	1	$550.000	$0	$402.731	-$1.063.831			
	8	145	$1.662.786	$216.885	$159.500	1	$550.000	$0	$736.401	-$327.431			
20%	9	174	$1.995.343	$260.262	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	$9.631	-$317.800	$3.719.878	20,90%	9,009
	10	208	$2.394.411	$312.315	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	$356.647	$38.847			
	11	250	$2.873.294	$374.777	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	$773.066	$811.913			
	12	300	$3.447.952	$449.733	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	$1.272.770	$2.084.683			
	13	360	$4.137.543	$539.680	$175.450	2	$550.000	$1.000.000	$1.872.413	$3.957.096			
10%	14	396	$4.551.297	$593.647	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	$614.655	$4.571.751			
	15	435	$5.006.427	$653.012	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	$1.010.420	$5.582.171			
	16	479	$5.507.070	$718.313	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	$1.445.761	$7.027.932			
	17	527	$6.057.777	$790.145	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	$1.924.637	$8.952.569			
	18	579	$6.663.554	$869.159	$192.995	4	$1.650.000	$1.500.000	$2.451.400	$11.403.969			

Notas:

- Desde el mes 9 se recomienda contratar apoyo part-time para logística o limpieza.
- Desde el 10mo mes se proyecta un sueldo para el emprendedor.

Análisis Financiero del Proyecto (proyectado a 18 meses)

1. VAN (Valor Actual Neto)

El VAN representa el valor que el proyecto genera sobre la inversión inicial, ajustado por el valor del dinero en el tiempo.
Fórmula general:

$$VAN = \sum (Ft / (1 + r)^t) - Inversión\ inicial$$

Donde:
Ft: Flujo de caja en el periodo t
r: Tasa de descuento mensual (0,797%)
t: Periodo (mes)
Inversión inicial: $1.500.000 CLP

Resultado: VAN = $3.719.878 CLP

2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La TIR es la tasa de interés que hace que el VAN sea igual a cero.
Fórmula:

$$0 = - Inversión\ inicial + \sum (Ft / (1 + TIR)^t)$$

Resultado: TIR ≈ 20.9% mensual

3. ROI (Retorno sobre la Inversión)

El ROI mide cuánto se gana en relación con lo invertido.
Fórmula:

$$ROI = (\sum Ft - Inversión\ Inicial) / Inversión\ Inicial$$

Resultado: ROI = 9 meses.

Resumen General

Indicador	Resultado	Interpretación
VAN	$3.719.878 CLP	Valor creado sobre la inversión inicial
TIR mensual	21%	Rentabilidad mensual muy superior a la exigida
ROI	9 meses	Multiplica la inversión 7x en 18 meses.

Anexo 3: Análisis PESTEL

El análisis PESTEL permite evaluar los factores macroambientales que influyen en el entorno de negocio de Baby Eco Detailing, emprendimiento de limpieza ecológica de sillas de bebé y coches en Santiago de Chile. A continuación se presentan los factores relevantes agrupados por categoría.

Dimensión	Impacto en el negocio	Fuente (APA)
Político (P)	Regulación sanitaria de productos cosméticos y de limpieza en Chile (Decreto 239/2003). El emprendimiento debe usar productos autorizados por ISP.	Ministerio de Salud de Chile. (2003). Decreto Supremo N° 239. Reglamento del Sistema Nacional de Control de Cosméticos.
Económico (E)	Crecimiento estimado del mercado de limpieza en Chile (~4,7% anual). Inflación y variación del poder adquisitivo pueden afectar demanda.	ReportLinker. (2024). Chile Cleaning Services Market – Growth, Trends, Forecasts (2024–2028). https://www.reportlinker.com
Social (S)	Tasa de natalidad en descenso afecta la demanda global. Pero aumenta el consumo consciente y la disposición a pagar por servicios eco-amigables.	Euromonitor International. (2023). Wipes in Chile. https://www.euromonitor.com
Tecnológico (T)	Digitalización permite llegar al público mediante Instagram y WhatsApp. Avances en limpieza con vapor o UV generan ventajas competitivas.	Carey. (2023). The Food, Beverage and Cosmetics Law Review. https://www.carey.cl
Ecológico (E)	Prohibición de plásticos de un solo uso desde 2021. Se valora uso de productos compostables o biodegradables en servicios de limpieza.	Ellen MacArthur Foundation. (2021). Global Commitment Report – Chile. https://ellenmacarthurfoundation.org
Legal (L)	Requisitos legales para el uso de productos destinados a bebés. Registro ante ISP y cumplimiento de normas de etiquetado y seguridad.	Chemycal. (2023). Safety requirements to be met by products used by children. https://chemycal.com

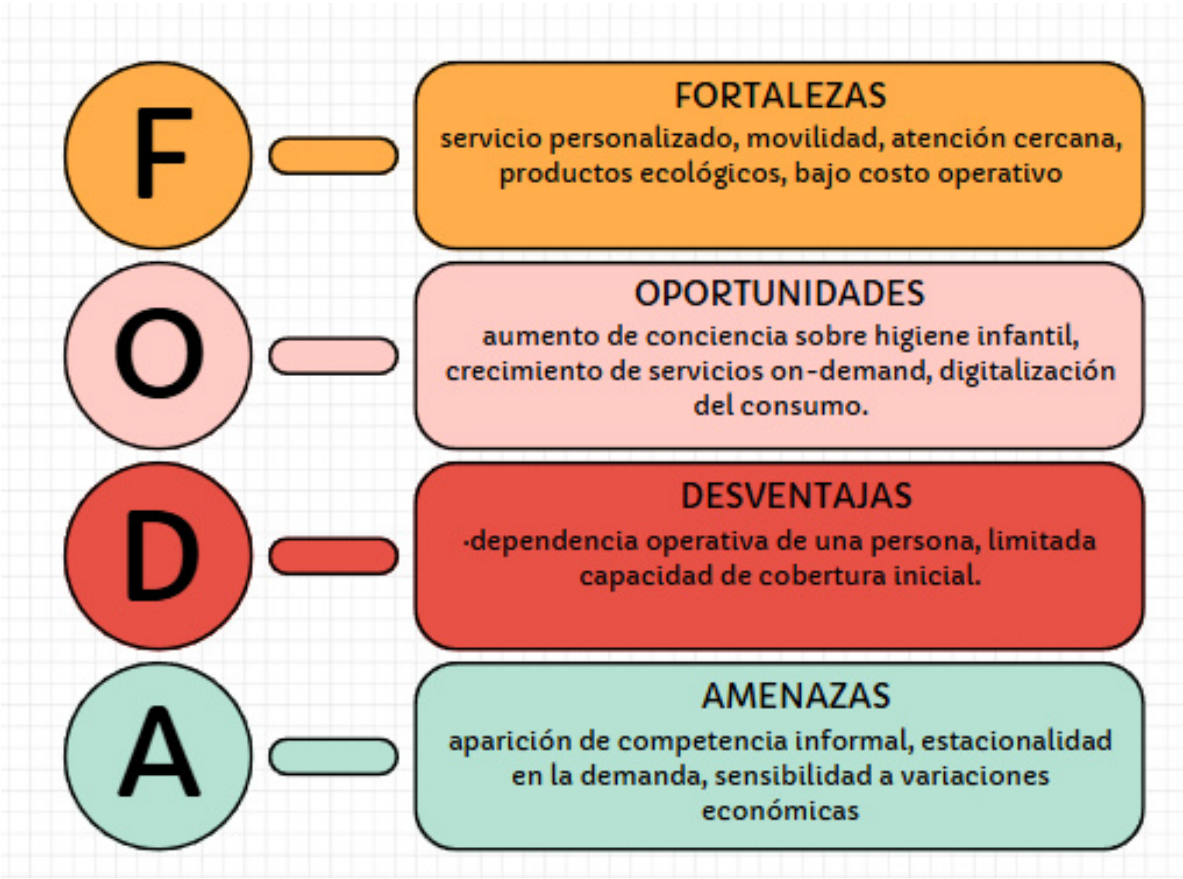
Anexo 4: Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Este análisis permite evaluar la competitividad del mercado de servicios de limpieza de artículos de bebé en Santiago de Chile, con el objetivo de identificar amenazas, oportunidades y elementos estratégicos clave para el emprendimiento Baby Eco Detailing

Fuerza	Evaluación	Análisis específico
Amenaza de nuevos entrantes	Alta	La inversión inicial es baja, lo que permite que nuevos competidores entren fácilmente (solo se necesita transporte, aspiradora, productos de limpieza). Además, las redes sociales permiten captar clientes sin una gran inversión en marketing. Es clave la diferenciación de la marca ofreciendo calidad, servicio a domicilio confiable y sustentabilidad.
Poder de negociación de los proveedores	Bajo a medio	Al tener varios proveedores de productos de limpieza, se limita su poder de negociación. Sin embargo, si se usan productos especializados, ecológicos o importados, el poder de algunos proveedores puede aumentar. Negociar volumen o buscar proveedores nacionales da mayor poder.
Poder de negociación de los clientes	Medio	Los clientes (padres) valoran la higiene, seguridad y confianza, pero también comparan precios fácilmente por Instagram o Google. La manera de diferenciarse es ofrecer un servicio confiable, personalizado, con buena atención y testimonios reales puede reducir su poder de presión y asi evitar que los potenciales clientes escojan otras alternativas.

Amenaza de productos sustitutos	Alta	Existen sustitutos como: hacer la limpieza en casa, comprar productos de segunda mano en buen estado o simplemente reemplazar la silla o coche viejo. También existen apps o servicios integrales de cuidado infantil. Para evitar esto, se debe comunicar claramente los beneficios del servicio profesional: eliminación de ácaros, prolongación de vida útil, desinfección profunda, sustentabilidad economía circular, etc.
Rivalidad entre competidores existentes	Media (y creciente)	Hay otros servicios similares en Santiago, especialmente en Instagram. Muchos no están formalizados y compiten por precio. Aún así, el mercado está en crecimiento. Hay espacio para posicionarse con un mejor branding que comprenda: precios transparentes, agenda online, rapidez y garantía de satisfacción.

Anexo 5: Análisis FODA:

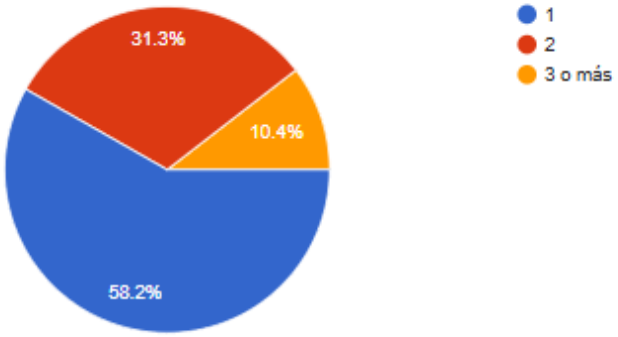


Anexo 6: Encuesta

¿Cuántos niños menores de 4 años tienes a tu cargo?

Copy chart

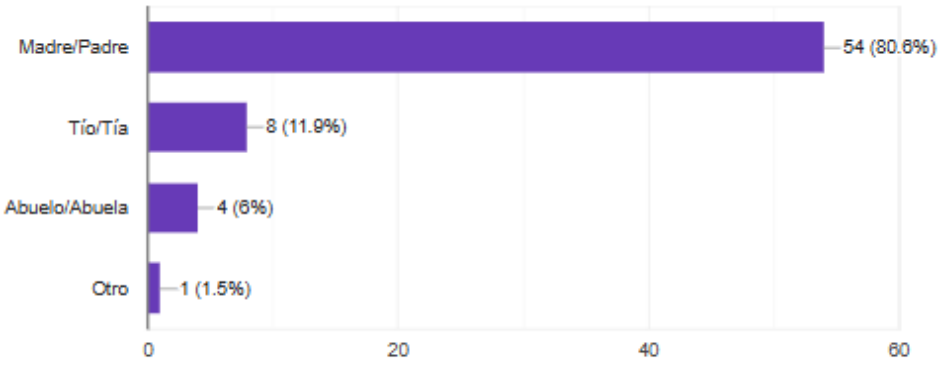
67 responses



¿Qué relación tienes con el o los niños? (Puedes marcar más de una opción)

Copy chart

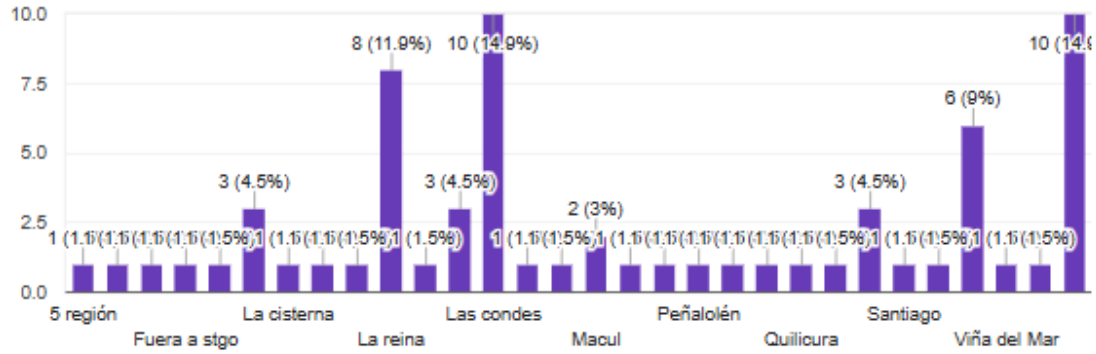
67 responses



¿En qué comuna de Santiago resides?

Copy chart

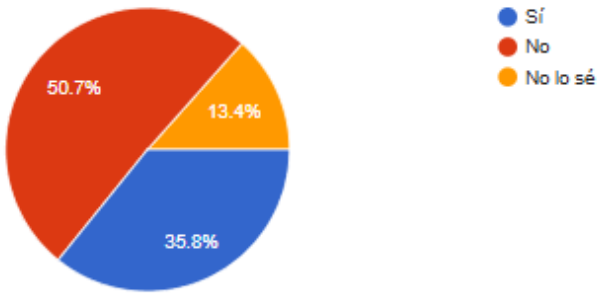
67 responses



¿Alguno de los niños a tu cargo presenta alergias o problemas a la piel (como dermatitis, piel atópica, etc.)?

Copy chart

67 responses



¿Cuánto estarías dispuesta(o) a pagar por un servicio profesional de limpieza profunda de coche o silla de bebé en los que se utilizan detergentes hipoalergénicos?

Copy chart

67 responses

