

## **Ecological Cleaning**

Albarracín Oliveros Wilman Eduardo

Califa Rico Iván Eduardo

Cifuentes Benítez Laura Valentina

Guaquetá Lara Juan David

Silva Martínez Félix Alexander

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Diciembre de 2021

## **Ecological Cleaning**

Albarracín Oliveros Wilman Eduardo

Califa Rico Iván Eduardo

Cifuentes Benítez Laura Valentina

Guaquetá Lara Juan David

Silva Martínez Félix Alexander

Trabajo para optar al título de  
Tecnólogos en Gestión de Obras Civiles y Construcciones

Tutor Alain de la Hoz

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Diciembre de 2021

## Página de Aceptación

---

**Alain de la Hoz**

Director del proyecto

---

Jurado

---

Jurado

2021

## Resumen

Actualmente en Bogotá existen muchas prácticas para abordar la limpieza y lavado de diferentes prendas, muebles o textiles utilizados a diario, pero muy pocos como Ecological Cleaning, con índole sostenible y que mediante técnicas industriales pueda realizar un ciclo de lavado 100% amigable con el medio ambiente sin contaminar una gota de agua debido a la calidad de los productos, siendo los más destacables y llevando de la mano la implementación de tecnologías más avanzadas que nos permiten día a día mejorar la prestación del servicio con la mentalidad y el objetivo de adaptación de procesos más limpios, actuando con responsabilidad empresarial inteligente, aplicando prácticas de innovación en los equipos que permitan generar un ahorro de agua y un consumo de energía más bajo.

El proyecto de lavandería Ecological Cleaning, es una empresa con carácter social, ecológico y amigable con el medioambiente, brindando un servicio que beneficia no solo a sus clientes con resultados impecables, sino que también va más allá con una cultura organizacional enfocada en generar empleos, involucrando a personas que se les pueda dificultar acceder a vinculación laboral por diferentes motivos, en este caso, se tiene como prioridad a mujeres y hombres cabeza de hogar, que debido al cuidado ya sea de sus hijos o personas a cargo de edad no puedan salir de sus hogares, brindándoles la oportunidad de trabajar mediante un modelo de trabajo desde casa, capacitándolos y adaptando sus hogares para instalación de equipos de bajo consumo y ahorro de agua, donde la calidad no se vea afectada conservando la razón sostenible del proyecto de emprendimiento social de Ecological Cleaning.

La inclusión de estas personas permite reflejar en el mercado que el objetivo principal de la empresa no solo es generar ingresos para sus creadores, sino que también involucra un pacto

colectivo con sus colaboradores, incentivándolos a crecer laboralmente, al mismo tiempo que fortalece las relaciones con los miembros de las familias, además, les permite desempeñar diferentes roles dentro de la compañía para avanzar en su experiencia mediante capacitaciones garantizando una innovación no solo tecnológica y ambiental, sino que también humana.

**Palabras clave:** Emprendimiento, innovación social.

## **Abstract**

Currently in Bogotá there are many practices to address the cleaning and washing of different garments, furniture or textiles used daily, but very few such as Ecological Cleaning, with a sustainable nature and that through industrial techniques can carry out a 100% environmentally friendly washing cycle. environment without contaminating a drop of water due to the quality of the products, being the most remarkable and leading by the hand the implementation of more advanced technologies that allow us to improve the provision of the service every day with the mentality and objective of adaptation of cleaner processes, acting with smart business responsibility, applying innovative practices in equipment that allow generating water savings and lower energy consumption.

The Ecological Cleaning laundry project is a company with a social, ecological and environmentally friendly character, providing a service that benefits not only its customers with impeccable results, but also goes further with a focused organizational culture in generating jobs, involving people who may find it difficult to access employment for different reasons, in this case, priority is given to women and men who are heads of households, who, due to the care of their children or people in charge of age cannot leave their homes, giving them the opportunity to work through a work-from-home model, training them and adapting their homes to install low-consumption and water-saving equipment, where quality is not affected while preserving the sustainable reason for the Ecological Cleaning social entrepreneurship project.

The inclusion of these people allows the market to reflect that the main objective of the company is not only to generate income for its creators, but also involves a collective agreement with its collaborators, encouraging them to grow at work, while strengthening relationships with

Family members also allow them to play different roles within the company to advance their experience through training, guaranteeing not only technological and environmental innovation, but also human innovation.

**Keywords:** Entrepreneurship, social innovation.

## Tabla de contenido

Introducción .....	13
Objetivos .....	15
Objetivo general .....	15
Objetivos específicos.....	15
Presentación propuesta de innovación social Ecological Cleaning .....	16
Descripción del problema.....	16
Necesidad u oportunidad identificada .....	17
Descripción de la propuesta de negocio .....	19
Descripción de la propuesta de emprendimiento social .....	20
Análisis del micro y macro entorno .....	21
Factor Productivo .....	23
Población beneficiada .....	23
Formulación de la propuesta de valor. Modelo de negocio mediante la metodología Design Thinking .....	24
Etapa Empatizar.....	24
Etapa define .....	26
Etapa idear .....	28
Etapa prototipa.....	30
Etapa testeo .....	30
Diseño de estrategias de marketing.....	32
Atributos y beneficios del producto o servicio a ofrecer al mercado .....	32
Grupo objetivo del proyecto .....	35

Segmentación.....	36
Competencia .....	38
Aliados clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social y acciones de cooperación como alianzas estratégicas. ....	40
Estrategias de Mercadeo .....	41
Estrategia del servicio.....	42
Estrategia de proceso .....	43
Estrategia de comunicación.....	43
Estrategia y acción en redes sociales, presentación del enlace del Wix .....	44
Estrategia de Posicionamiento.....	45
Estrategia de precios .....	47
Estrategia de Diferenciación.....	47
Proyección operativa y financiera.....	48
Recursos operativos.....	48
Tamaño del proyecto .....	48
Disponibilidad insumos .....	48
Descripción técnica del producto.....	49
Maquinaria o instalaciones necesarias para la puesta en marcha del proyecto.....	50
Proyección de distribución en planta.....	50
Cargos, organigrama y necesidades de personal.....	51
Descripción de equipos de oficina.....	51
Procesos preoperativos .....	52
Proyecciones de ventas .....	52
Capital de trabajo.....	53
Inversiones.....	53

	10
Inversión total .....	53
Fuentes de capital de inversión.....	53
Conclusiones .....	54
Bibliografía .....	56
Apéndice .....	60

## Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Índice mensual por tipo de vivienda del ICCV: Bogotá 2010-2012 .....	60
Ilustración 2. Tamaño promedio de vivienda según tipología Bogotá 2008-2012.....	61
Ilustración 3. Sistema de producción Ecological Cleaning. ....	62
Ilustración 4. Prototipo de Ecological Cleaning. Fuente: Autoría propia.....	63
Ilustración 5. Crecimiento de la población en Bogotá.en Bogotá. ....	64
Ilustración 6. Diagnóstico poblacional Localidad Antonio Nariño. ....	65
Ilustración 7. Lavanderías del sector de Centro Mayor. ....	66
Ilustración 8. Lavanderías con autoservicio en el sector de Centro Mayor.....	67
Ilustración 9. Metas del plan de mercadeo. ....	68
Ilustración 10. Logotipo de Ecological Cleaning. ....	69
Ilustración 11. Folleto publicitario. Fuente: Autoría propia.....	70
Ilustración 12. Proceso del servicio de Ecological Cleaning a través de la App. Fuente: <a href="https://blog.phonehouse.es/">https://blog.phonehouse.es/</a> .....	71
Ilustración 13. Proceso del servicio de Ecological Cleaning.....	72
Ilustración 14. Ubicación geográfica Ecological Cleaning. ....	73
Ilustración 15. Organigrama de Ecological Cleaning.....	74

## Lista de tablas

Tabla 1 Capacidad instalada .....	75
Tabla 2. Disponibilidad de insumos con stock de seguridad. ....	76
Tabla 3. Descripción de maquinaria y elementos operativos .....	77
Tabla 4. Características de los cargos. ....	78
Tabla 5. Características de los cargos en Ecological Cleaning.....	80
Tabla 6. Proyección salarial del recurso humano. ....	81
Tabla 7. Descripción de equipos de oficina. ....	82
Tabla 8. Descripción de gastos de procesos preoperativos.....	83
Tabla 9. Cálculo de la demanda.....	84
Tabla 10. Proyecciones de prendas lavadas por kilos.....	85
Tabla 11. Precio de venta Ecological Cleaning .....	86
Tabla 12. Proyección mensual de kilo de ropa en Ecological Cleaning.....	87
Tabla 13. Proyecciones de ingresos por ventas (mensual). ....	88
Tabla 14. Flujo de caja mensual. ....	89
Tabla 15. Inversión total. ....	90
Tabla 16. Fuentes de capital de financiamiento.....	91

## **Introducción**

Actualmente se puede observar, que las pequeñas empresas son y serán una parte muy importante, en la economía del país y de las grandes ciudades, como lo es el caso de nuestra capital Bogotá, por esto es de gran importancia no dejarlas a un lado y se debe de cualquier modo apoyar cualquier proyecto innovador, siempre buscando un crecimiento llámese social, cultural, ambiental que persiga un beneficio común, para muchas ciudadanos, principalmente personas de muy bajos recursos, madres cabeza de hogar, con necesidades especiales, en fin, con una infinidad de individuos que en cierta manera han sido excluidos de muchas de las oportunidades laborales debido a la crisis económica y social de nuestro país, hacia ellas se encuentra enfocado nuestro proyecto de impacto social y en especial en el sector del sur de la ciudad, donde está ubicada la lavandería Ecological Cleaning.

Por esta razón el proyecto se identificará siempre a una necesidad de apoyar y ayudar a familias vulnerables, por medio de un planteamiento de una problemática social, de un plan de negocios, encaminados a un mejoramiento y crecimiento, con normatividades vigentes y con la meta de ser siempre una empresa diferente a las demás. Igualmente, en este plan de negocio se identificarán los aspectos importantes como las necesidades de los clientes, buscando llegar a un mejoramiento con una alta calidad a los servicios ofrecidos, esto gracias a que se cuenta con un excelente equipo de trabajo cuya misión principal es ayudar a solucionar los problemas que se presenten día a día.

Debido a lo anterior, nace la Lavandería Ecological Cleaning siendo una propuesta innovadora con carácter social en el mercado actual del servicio de lavanderías ecológicas amigables con el medioambiente, a diferencia de los servicios convencionales ya existentes, utilizando de-

tergentes biodegradables que buscara satisfacer una de las necesidades principales del ser humano que es la limpieza en su vestuario, nuestra lavandería brindara un servicio netamente a domicilio y servicio presencial en nuestras instalaciones y desde cada uno de los hogares de nuestros colaboradores.

De la misma forma, nuestro servicio suple una necesidad frente a la falta de tiempo que tienen las personas cada día, aportando también a la conciencia ambiental ya que esta idea de negocio radica en la no utilización de procesos de lavado con detergentes químicos, no solo se estará prestando un buen servicio, sino que también se estará ayudando con el medio ambiente, buscando minimizar la crisis mundial existente debido al cambio climático, igualmente, con el servicio a domicilio y una app se busca dar solución para nuestros clientes llegando a través de todas las redes sociales que estén a nuestro alcance.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar un proyecto de emprendimiento social sostenible y sustentable como satisfactor de necesidades o problemáticas, en este caso la idea de negocio de la empresa Ecological Cleaning, con una propuesta de valor que ofrece un servicio de limpieza, secado y planchado de prendas de vestir con una innovación ecológica y amigable con el medio ambiente, cuyo fin primordial es apoyar a la población vulnerable de la comunidad del barrio Centro Mayor del Sur de Bogotá.

### **Objetivos específicos**

Describir en forma detallada la propuesta de innovación social, donde se analicen aspectos como la problemática, las necesidades a subsanar, la población y el análisis del micro y macro entorno,

Diseñar las estrategias de marketing, donde se determinen los atributos y beneficios del producto o servicio, el grupo objetivo, la segmentación, la competencia y los aliados clave del modelo de negocio.

Realizar un análisis financiero, teniendo en cuenta el presupuesto, las deducciones y los diferentes tipos de inversiones que se debe tener en el capital de trabajo y en los activos fijos como también los recursos, las fuentes y las posibilidades de acceso que tendrán para nuestra empresa.

## **Presentación propuesta de innovación social Ecological Cleaning**

### **Descripción del problema**

Actualmente en la ciudad de Bogotá, debido al gran crecimiento de construcciones de vivienda cuya característica general es el poco del área habitable, se observa que la mayoría de las personas no cuentan con el espacio suficiente para realizar el lavado y secado de sus prendas, tales como ropa, sábanas, cobijas, cubrelechos, entre otros, por tal motivo se busca crear una empresa innovadora que logre satisfacer estas necesidades, brindando un servicio a domicilio que permita a los clientes ahorro en su tiempo, y de esta forma desarrollar diferentes tipos de actividades que generen un adecuado entorno familiar.

Otro problema que se puede evidenciar es la grave crisis económica y social de muchos de los habitantes del barrio Centro Mayor, ubicado al sur de la capital, en especial de las madres cabeza de familia, que han sido las más afectadas por este flagelo, muchas de ellas en situación de desplazamiento, de violencia intrafamiliar, de desempleo, y aun así con el papel fundamental de ser proveedora de su familia.

En Colombia, de acuerdo a las cifras de la Consejería para la Equidad de la Mujer (2014), 2'169.000 hogares dependen de una mujer, esta situación puede darse por diferentes causas, entre ellas, a la decisión propia de ser madre soltera, abandono de sus parejas, falta de apoyo de las mismas, viudez, u otras; cifras que día a día van en aumento, enfocadas diariamente no solamente en la crianza de sus hijos sino también en poder suplir las necesidades básicas de sus hijos, asumiendo roles inimaginables respecto a la generación de ingresos, donde el desempleo y la falta de oportunidades laborales generan grandes brechas socioeconómicas en nuestro país.

## **Necesidad u oportunidad identificada**

De acuerdo a las problemáticas mencionadas, se puede identificar una oportunidad que una estas dos necesidades, por un lado, el lavado de prendas, y por el otro, oportunidad de empleo a las madres cabeza de familia desde cada uno de sus hogares; ya que mientras las personas existan siempre habrá ropa sucia, por eso se cree que esta idea de negocio puede ser rentable y ayudaría a la mayoría de la población de nuestra comunidad, no solamente a los usuarios sino a nuestros colaboradores.

Inicialmente realizando un análisis de la industria de la lavandería, se encuentra que en su mayoría está compuesta por locales que se dedican a proporcionar el servicio de lavandería y tintorería, es decir, lavado en seco de diferentes tipos de prendas de vestir o del hogar. La página web de Negocios Americanos, manifiesta que, “Según las estadísticas disponibles del año 2014 al 2015, 30,000 compañías en la lavandería y el negocio de limpieza en seco obtuvo más de 10 mil millones de dólares en ingresos anuales. Estas empresas atendieron a unos 30 millones de personas. Las estadísticas revelan además que, de estas 30,000 empresas, el 70% de ellas eran operaciones de lavandería y limpieza en seco, mientras que el 30% eran ubicaciones de lavandería que funcionaban con monedas.” De esta forma, se puede decir que nuestra idea de negocio se puede considerar con un alto potencial de crecimiento real.

Nuestra propuesta de negocio se basa en la puesta en marcha de una lavandería ecológica que por decisión del equipo de trabajo se llamará “Ecological Cleaning”; con ella busca satisfacer la necesidad del actual crecimiento demográfico de nuestra ciudad en especial de la zona sur, debido al descontento por la deficiente área de construcción de los nuevos apartamentos y vi-

viendas familiares, de acuerdo a una información suministrada por el DANE, “por tipo de vivienda, durante el periodo 2010-2012 a nivel nacional, las mayores variaciones se registraron durante 2012, en el tipo de vivienda unifamiliar, a febrero de este año la variación respecto a 2011 fue de 6,31%”. Ver ilustración 1. (Todas las ilustraciones están ubicadas en el apéndice)

En la ilustración 2, de acuerdo a la galería inmobiliaria dada por el DANE, se evidencia que actualmente las personas prefieren adquirir apartamento. Al analizar los tamaños promedio de las viviendas nuevas ofrecidas en Bogotá se observa que entre 2008 y 2010, éste disminuyó pasando de 71,77m<sup>2</sup> a 70,07m<sup>2</sup>. Se destaca para este periodo que el tamaño de la vivienda tipo apartamento fue superior al de casas. Para este periodo, las viviendas ofrecidas en la ciudad durante los años 2011 y 2012 mantuvieron la tendencia presentada en el periodo 2008-2010, registrando en 2012 un tamaño de 69,89m<sup>2</sup>.

Como se manifestó con anterioridad, es muy común ver personas que dejan su ropa durante semanas en la lavandería porque no tienen tiempo para recogerla, estas son los clientes a las que nuestra empresa atraería, también dentro de nuestros servicios se ofrece a las personas el transporte de su ropa sucia hacia y desde la tintorería para evitarles el estrés, de acuerdo a una encuesta realizada para determinar el uso del tiempo, y al analizar los resultados del cuidado de la ropa, según resultados del INEI la población que menor tiempo dedica a esta actividad de los miembros del hogar es la población de divorciados(as) y solteros(as).

Ecological Cleaning, surge de la idea observar la necesidad de las personas de un servicio de lavandería que les ahorre el tiempo que invierten en este quehacer doméstico, además el que les toma llevar la ropa y después recogerla de la lavandería; todo ello, aunado a la tendencia creciente de preocupación y cuidado del medio ambiente, es así, como se analizó el actual servicio

de lavado de ropa por kilo que prima en el país, el cual revela un limitado servicio de lavanderías, con deficiencias en los tiempos de entrega, así como una falta de compromiso para desarrollar un servicio ecológico con interés y responsabilidad por el medio ambiente.

Además, con el fin de contribuir a una empresa de emprendimiento social, se pretende contar con colaboradoras con situaciones especiales como madres solteras o mujeres con carga familiar, ellas estarán debidamente capacitadas en el lavado, secado y planchado de las prendas; a ello se añade que el servicio lo prestarán desde cada uno de sus hogares lo cual permite contribuir con la crianza directa de sus hijos generando relaciones armónicas en cada uno de sus hogares y contribuyendo a un futuro entorno social sano y lleno de valores.

### **Descripción de la propuesta de negocio**

La Empresa Lavandería y Tintorería Ecological Cleaning, tiene como función ofrecer a sus clientes un servicio de calidad y oportuno en la recolección, lavado, secado y distribución de las prendas, brindando a las familias un agradable ambiente de limpieza en sus hogares, esto se pretende lograr con la utilización de detergentes ecológicos, haciendo un uso adecuado de los recursos hídricos, implementando maquinaria con tecnología altamente ahorradora de energía, facilitando el uso de transporte de distribución de las prendas en medios que no generen afectación ambiental, y así poder contribuir con un adecuado uso del medio ambiente.

Una de las oportunidades generadas en esta idea de negocio es la limpieza en húmedo que evita el uso de solventes químicos, como el tetracloroetileno (comúnmente llamado percloroetileno o perc.), implementando el uso ecológico permitiéndole al cliente el cuidado de prendas delicadas sin dañar las fibras. Dentro de los muchos beneficios de la limpieza en húmedo se puede

determinar que hay una gran reducción de costos de agua, energía y detergente, además, los ciclos de lavado son mucho más rápidos y versátiles que la limpieza en seco tradicional, convirtiéndose en factores que permiten ahorrar tiempo y dinero.

Ecological Cleaning, propone a través de su servicio de lavado, planchado y sistema de recojo y entrega; un alivio para las vidas agitadas de nuestros clientes, ahorrándoles el tiempo que invierten tanto los que lavan como los que destinan tiempo para llevar y recoger sus prendas de la lavandería. Ecological Cleaning, busca brindar una solución para la falta de tiempo de nuestros clientes al encargarse del lavado de su ropa; esto se hará a través de un servicio de lavandería con la facilidad de recojo y entrega a sus domicilios, el lavado de la ropa se realizará con detergentes y suavizantes biodegradables, amigables con el medio ambiente, que reducen el consumo de agua y de energía eléctrica.

Ecological Cleaning, generará ganancias a través del lavado por kilo, lavados de prendas especiales (vestidos para eventos especiales, lencería del hogar, etc.) y los precios a fijar serán dependiendo del tipo de prenda; para ello se tomó como referencia al mercado actual de lavanderías y tintorerías.

### **Descripción de la propuesta de emprendimiento social**

El sector económico de la lavandería, es un mercado muy competitivo y fragmentado, donde se encuentran conviviendo diversos modelos de negocio como el tradicional y las nuevas formas que ofrecen básicamente el mismo servicio, pero con la diferencia de que disminuye el tiempo de lavado y el costo del servicio. Inicialmente, Ecological Cleaning se ha iniciado como una estrategia que permita ayudar a las familias vulnerables con alta pobreza, buscando contri-

buirles con un mejor futuro, una estabilidad económica para sus familias, debido a que las madres cabeza de familia no tienen con quien dejar el cuidado de sus hijos, donde en la mayoría de los casos el más grande será el que los cuida, algunos de ellos abandonando sus estudios por falta de oportunidades de sus madres, o también, en algunos casos las personas con un índice mayor de pobreza son vendedores ambulantes, llevando a sus hijos con ellos o dejándolos en sus viviendas, afectando con ello a que puedan tener un trabajo con prestaciones de ley y un horario.

Ecological Cleaning se adapta a brindar una capacitación a estas personas que pretendan emplearse con la empresa, implementando las lavadoras dentro de sus hogares, de esta manera se genera un trabajo sin dejar su hogar y continuar pendientes directamente del cuidado de sus hijos, Ecological Cleaning paga el servicio de agua y luz que consumen las máquinas, se tendrá una central de revisión del trabajo interno, con supervisiones y control de calidad a los trabajos realizados por cada operaria, implementando el servicio de entrega a domicilio, lavado ecológico que ayuda al medio ambiente y lo mejor, un precio más asequible para todas las personas, la idea se enfoca en amas de casa, oficinistas, estudiantes de todos los sectores, ya que los apartamentos no están diseñados para esta actividad, el tiempo de disponibilidad no alcanza para la mayoría de ciudadanos y el pagar por este servicio les evita un que hacer menos en el hogar.

### **Análisis del micro y macro entorno**

Para la ejecución del proyecto se realizará un análisis del micro y macro entorno para luego determinar el mercado, igualmente, se analiza las consideraciones para poner en marcha una empresa de esta índole y su constitución como persona jurídica.

**Entorno tecnológico:** Dentro de este entorno se puede evidenciar que el mercado de lavado de prendas actualmente se ha convertido en una actividad económica muy importante en todo el mundo. Debido a esto, la industria ha comenzado a innovar e invertir en el desarrollo de nuevas tecnologías que pretende causar un impacto significativo en el consumo de agua y energía eléctrica. No obstante, hoy día, muchos de estos negocios no pueden valerse de estos avances no logrando optimizar su servicio, mejorar el tratamiento de las prendas, ni mucho menos optimizar sus procesos con maquinaria renovada, impidiendo el perfeccionamiento en los servicios ofrecidos y por ende la poca fidelización de sus clientes. Por otro lado, para la implementación de planes de mercadeo se cuenta con mejores tecnologías móviles y más asequibles a los empresarios, generando canales óptimos de comunicación entre empresas y usuarios.

**Entorno Ecológico:** En este aspecto, analizando nuestro país desde la “conciencia ambiental” de los consumidores se puede decir, que el marketing verde sigue ganando seguidores día a día, convirtiéndose en una tendencia con cada vez más consumidores, en especial de los niveles socioeconómicos medio y altos, hecho que ha llevado a adoptar nuevas prácticas sostenibles en sus vidas y en sus hogares. De esta forma, para Ecological Cleaning pensando en cumplir sus objetivos no solo de disminuir costos, sino de aportar al cuidado del ambiente, se hace pertinente el lavado con detergentes biodegradables que permiten el uso adecuado de los residuos que quedan después del lavado, además mejoran el lavado y conservan las prendas, igualmente le dan un mejor tratamiento a las aguas residuales que son las causantes de tantos perjuicios ambientales.

## **Factor Productivo**

En Ecological Cleaning se reciben insumos de energía del medio ambiente, con el sistema de servicio de lavado en seco y agua, de acuerdo a la estructura interna se ejecutan procesos, los cuales se transforman en salidas, estos son, los servicios prestados a domicilio o a través de los puntos de venta, la empresa retroalimenta constantemente sus procesos con el fin de establecer planes de mejora, ayudando al medio ambiente y a la vez teniendo clientes felices.

Ecological Cleaning es una lavandería ecológica que cuenta con un sistema productivo, dentro del recurso humano cuenta con administrador, auxiliar financiero, recepcionista, operarios y domiciliario; cuenta con tecnología como, equipos de cómputo, maquinarias mecánicas, hidráulicas y eléctricas; que le permiten atender los requerimientos de un medio ambiente (sistema de lavado). En la ilustración 3, se muestra el sistema de producción de la empresa Ecological Cleaning.

Es importante analizar las tendencias de los procesos de producción de las máquinas lavadoras, desde la industrial hasta las domiciliarias, se observa una tendencia innovadora dirigida a la protección y cuidado del ambiente mediante tecnologías que cuiden las prendas, además, que optimicen el consumo del agua y que no generen riesgos para el ambiente o a la salud humana.

## **Población beneficiada**

Uno de los factores que conlleva a las personas a hacer uso de centros de lavado es la carga laboral, pues muchos optan por tener ayuda extra en los oficios de su hogar, nuestra lavandería beneficia a diferentes tipos de personas, oficinistas, estudiantes, personal de la salud, solteros, divorciados, en especial personas que no cuentan con espacio suficiente en sus viviendas para el lavado y secado de la ropa. Nuestra lavandería a pesar de ser ecológica, tiene un valor

muy accesible a toda la población, la diferencia que se puede resaltar con otras empresas de la misma índole es el beneficio menos precio, lo que conlleva a resaltar el valor que observa el cliente, y siempre compara las ofertas que hay en el momento para poder ahorrar dinero.

Cada vez los seres humanos tomamos más consciencia de la importancia de un consumo responsable de las energías, no solo por una cuestión de respeto al planeta sino por el costo que estas tienen a lo largo del tiempo, por esta razón, está comprobado que un lavado en una lavandería autoservicio sale más barato que un lavado en una lavadora doméstica.

## **Formulación de la propuesta de valor. Modelo de negocio mediante la metodología Design Thinking**

### **Etapas Empatizar**

Con la implementación de la técnica de inmersión cognitiva se busca estar en el lugar de las personas, como lo son los clientes, colaboradores, personal en general, brindando un buen servicio que permita satisfacer las necesidades de los usuarios y/o clientes, generando soluciones a sus problemáticas. Como se ha manifestado anteriormente, la problemática que nos evoca en esta idea de negocio, es el gran crecimiento de construcciones de apartamentos de vivienda, pues, se observa que la mayoría de los habitantes no cuentan con el espacio suficiente al momento de realizar el lavado y secado de sus prendas generando acumulación de ropa sucia y desagradables olores en sus hogares. Por tal motivo se busca crear una empresa innovadora que satisfaga las necesidades de los habitantes de cualquier tipo estrato social, brindando un servicio a domicilio que permita a los clientes ahorro en su tiempo que conlleve a la realización de diferentes tipos de actividades que logren un adecuado entorno familiar.

Dentro de las características diferenciales se pueden enunciar las siguientes:

La generación de empatía: Una de las necesidades prioritarias de nuestros usuarios es mantener una adecuada limpieza de sus prendas a la hora de alguna actividad cotidiana, ya que esto les permite mantener una excelente imagen personal, a través de una adecuada higiene y presentación al momento de llegar y cumplir sus actividades laborales.

El trabajo en equipo: En busca de brindar un adecuado servicio de lavado, secado, entrega oportuna en los tiempos establecidos y de calidad a los clientes, de Ecological Cleaning, nuestros colaboradores se enfocan en la capacidad de solucionar los problemas que se adquieren en el ámbito laboral, logrando un gran trabajo en equipo, soluciones asertivas y rápidas de las dificultades que se presenten.

**La generación de prototipos:** Los clientes pueden tener la capacidad y confianza de dar a la empresa un plan de mejora y decisión a la hora de prestar el servicio de lavandería y tintorería, con la implementación de las PQRS (Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias) que estarán disponibles en medio físico y virtual.

**Lúdico:** Con esta herramienta se quiere lograr un agradable ámbito laboral hacia los colaboradores, promoviéndoles espacios que generen distracción mental, emocional y agradable como juegos didácticos, pausas activas, logrando una comunicación e interacción social entre ellos.

**Gran contenido visual:** Con un gran apoyo tecnológico y audio visual, nuestra empresa desarrollará publicidad altamente llamativa que generen un impacto visual e interesante a los clientes, con esto se busca que los clientes sientan curiosidad y se animen a conocer el servicio que se presta y puedan disfrutar de un ambiente agradable donde se sientan como en casa.

**Etapa define:**

Dentro de los objetivos de la fase de definición se pueden determinar que se debe conocer que los potenciales usuarios de Ecological Cleaning tienen una necesidad a la hora de solucionar un problema, y el reto es encontrar la mejor solución, y lo esencial definir correctamente el foco de acción, luego recopilar y observar la información, sobre la percepción que tienen nuestros potenciales clientes, sobre el servicio, con el objetivo de mejorar la prestación de Ecological Cleaning, y avanzar en la captación de nuevos clientes y definir un reto que debe ser concreto, porque no se conoce nada de nuestros clientes, a quienes se les va a prestar el servicio de lavado, partiendo de un problema específico para darle una rápida solución.

Al momento de realizar el análisis de las entrevistas es muy importante tener la capacidad de identificar, a los potenciales clientes, sus características, teniendo en cuenta la diversidad de usuarios involucrados en la entrevistas, para ello, es importante, conocer el nombre del usuario, su perfil, actividad económica, expectativas de la empresa y la solución adecuado frente a situaciones de insatisfacción, igualmente, también se tendrán usuarios extremos que en estas entrevistas serán los más centrados y constantes a la prestación del servicio de lavado en Ecological Cleaning y ellos mismos podrán generar ideas que sean interesantes para la evolución de nuestra lavandería.

El proceso de validación de la información, es la forma de recolección de la misma, su análisis, comprensión y validación por parte del cliente, para poder ejecutar y evaluar, todos los pasos de los mismos, esta información será filtrada, con el objetivo de seleccionar y que sea realmente valiosa para Ecological Cleaning. Para Ecological Cleaning, la fase de definición será muy crucial, porque permite identificar todas las necesidades y descubrimientos de los usuarios, de allí la importancia de que la información quede bien enfocada en esta fase de definición, ya

que permite descubrir los errores cometidos e ilustrar mejor el problema, entre las razones que invitan a definir el cómo podríamos, conlleva a visualizar y aportar un marco y foco sobre el problema a analizar, inspirar a nuestro equipo de trabajo, evaluar las ideas posteriores, son elementos que servirán de guía para los esfuerzos de innovar y crear.

Los objetivos específicos del modelo de idea de negocio Ecological Cleaning son:

Determinar en Ecological Cleaning, un análisis de mercado en el estado actual en que inicia nuestro proyecto, así como las necesidades de insatisfacción de nuestros clientes potenciales, para poder detectar los segmentos del mercado, estableciendo una buena imagen de nuestra lavandería que contribuya al posicionamiento de la misma, con una percepción de calidad del servicio prestado.

Elaboración y ejecución de la idea de negocio que se viene trabajando dirigida al mejoramiento ya planteado anteriormente, a una prestación de servicio de alta calidad, con un valor agregado de manera integral fundamentada en el buen trato y en el respeto a los clientes y trabajadores y al igual que nuestros proveedores y al medio ambiente, siempre estando direccionados a los estratos 1,2 y 3 de nuestra Ciudad Capital y en especial a la comunidad determinada.

Establecer en Ecological Cleaning, los aspectos legales, sociales y ambientales, que se deben tener en cuenta en nuestra idea de negocio, por medio de un análisis legal y social, Así mismo, conocer que inversiones deben hacerse, en capital de trabajo de los activos fijos, elaborando un análisis económico, que tengan además diferentes presupuestos, deducciones y análisis para poder determinar que se necesita, para poder desarrollar completamente nuestra propuesta de emprendimiento social.

Analizar en Ecological Cleaning, el mercado propiamente con una investigación de mercado, en la cual se utilizará un sondeo, entrevistas cuantitativas y cualitativas, utilizando básicamente la información primaria obtenida directamente de nuestros potenciales clientes, logrando segmentar en el mercado en el cual se encuentra instalados, y se determinarán la percepción de la calidad de servicio que se estará prestando a la comunidad beneficiada, y así se podrá generar una propuesta de valor fuerte, constante, con un plan de mercadeo basado en los resultados que se pretenden obtener.

### **Etapa idear**

Los objetivos de la fase de idear propuestos son los siguientes, generar ideas con un proceso creativo y sin límites, en la lavandería Ecological Cleaning sin descartar opiniones de antemano, por raras que puedan parecer, ya que inicialmente se deben adoptar una mentalidad abierta; enfrentar un primer conflicto entre lo que se considera una buena idea y lo que parece que nuestro público objetivo necesita y permitir a través de las fases anteriores tener una visión más cercana de nuestro potencial usuario/cliente, pero también puede plantear probablemente un reto distinto del que se imaginaba inicialmente.

En esta fase de generación de ideas se adopta el método SCAMPER que de acuerdo al Curso online de introducción al Design Thinking. es un acrónimo de seis palabras:

Substitute	Sustituir
Combine	Combinar
Adapt	Adaptar
Magnify	Modificar

Put other use	Dar otro uso
---------------	--------------

Eliminate	Eliminar
-----------	----------

Rearrange	Reorganizar
-----------	-------------

Cada una de ellas remite a una forma de pensar en el producto, servicio o proceso. Y mejorarla desde la aplicación de uno de estos conceptos.

**S:** Sustituir el lavado a mano o en casa, con difícil secado, por un lavado muy bueno y económico como en los puntos de nuestra lavandería Ecological Cleaning.

**C:** Combinar la lavandería con servicios que puedan favorecer a las familias con extrema pobreza, dando un trabajo con las prestaciones de ley, de la misma forma al alcance de cada uno de los hogares de nuestros colaboradores, sin dejar a sus familias de lado.

**A:** Adaptar la estrategia a otros servicios de limpieza, para incursionar más fácilmente a los cambios de mercado, disminuyendo el riesgo, con un bajo costo tanto en la inversión como en el reajuste de los gastos operativos y el mínimo precio del servicio que lo convierte en un negocio altamente demandado.

**M:** Modificar el servicio con una mejor calidad a precios bajos respaldados por una responsabilidad ecológica, que motive su consumo. Ecological Cleaning, busca a inversionistas y gente emprendedora, con perspectivas de crecer a mediano plazo y convertirse en un gran empresario.

**P:** Dado a su extenso mercado, nuestra lavandería Ecological Cleaning ofrece diferentes planes de inversión, teniendo un rápido desembolso de acuerdo a la inversión y fácil gestión que hace que sea un modelo apto para cualquier cliente.

**E:** Eliminar el sistema de planchado a las prendas, ya que con los productos al momento del secado puede ser suficiente.

**R:** Reorganizar una idea de lavandería distinta y novedosa respecto a lo que había hasta ahora, basada en imagen, calidad y tecnología, ya que dispone de varios modelos de negocio que emplean sistemas de limpieza, en especial, 100% ecológica la cual incorpora al lavado de prendas productos para la desinfección total, secadoras con sistema de ahorro de energía y control de humedad de las prendas.

### **Etapas prototipo**

El proceso Design Thinking se apoya en herramientas y técnicas que pueden usarse en una o más fases del proceso creativo de creación de una idea de negocio. Ayudan a descubrir los hallazgos necesarios para realizar con éxito el proyecto, permitiendo trabajar con un hilo conductor potenciando la creatividad y al mismo tiempo que el análisis de los futuros empresarios.

### **Etapas testeo**

El objetivo de esta etapa es mantener el interés de los clientes que tengan la intención de generar cambios ambientales, ecológicos, sociales y además de innovación, con el objetivo de cumplir a cabalidad en la lavandería estos conceptos importantes y llevarlos a obtener unos resultados 100% sostenibles donde todos tanto colaboradores como empleador se vean beneficiados.

Para la idea de negocio, se diseñará un sistema de innovación físico y digital, donde se puede prestar un servicio necesario para la comunidad, generando comodidad, pensado desde las necesidades de los usuarios, aportando un valor al negocio y una ventaja competitiva aprovechando las nuevas tendencias de mercado y avanzando en este sector que durante años se ha mantenido con proceso monótono, mediante una App descargaba directamente en el celular de cada cliente se pueden contactar con los diferentes servicios, solicitar recolección de prendas directamente en sus domicilios, rastreo en tiempo real del estado de sus prendas, y de la persona que atiende su servicio. Al igual que la instalación y adecuación de los hogares de las colaboradoras cabezas de hogar que trabajen en cada una de sus casas, generando una instalación que puedan recolectar agua lluvia para el lavado de todas las prendas de los clientes. En la Ilustración 4, se presenta el prototipo definido para Ecological Cleaning

En la etapa de testeo se rediseña un servicio que es necesario para todos, en especial, para aquellas familias que no cuentan con gran espacio en sus viviendas para una zona amplia de patio, ofreciendo un proceso donde los productos se integran con el objetivo de crear experiencias de clientes únicos que se diferencien por su calidad, amabilidad con el ambiente, calidad y singularidad, sin duda alguna experiencia que querrán seguir usando.

## **Diseño de estrategias de marketing**

En el desarrollo de nuestro proyecto, se parte de una necesidad de creación de empresa con impacto social, la cual debe contar con las suficientes herramientas y procesos que permitan responder a las exigencias de competitividad e innovación al que se enfrentaría día a día como negocio, por lo tanto el plan de Marketing, puede considerarse como una de las herramientas más importantes de una planificación estratégica que permite crear y planear un Marketing orientado sin ninguna exclusión en la prestación del servicio enfocados en (Producto, precio, promociones y ubicación), que corresponden al buen servicio por parte de nuestra empresa, en este caso, para servir a personas de muy bajos recursos, estudiantes universitarios, madres cabeza de hogar, contribuyendo al direccionamiento de la gestión de impacto social de la Lavandería Ecológica con el fin de obtener los mejores beneficios, posicionamiento del servicio, la correcta atención al cliente y con una adecuada publicidad de impacto.

Por lo tanto, el desarrollo del Marketing como estructura, siempre se direccionará a una buena presentación del producto a entregar al servicio de la comunidad, a la mejora de la cultura de servicio y con unas nuevas estrategias de publicidad, donde se daría prioridad al uso de las tecnologías de la comunicación.

### **Atributos y beneficios del producto o servicio a ofrecer al mercado**

En Ecological Cleaning se está apostando por un producto que brinde un excelente servicio, que preste una labor social ejemplar y además que su innovación se vea reflejada con el medio ambiente. Nuestra organización, propone a través de su servicio de lavado, planchado y sistema de recojo y entrega; un alivio para las vidas agitadas de nuestros clientes, ahorrándoles el

tiempo que invierten tanto los que lavan como los que destinan tiempo para llevar y recoger sus prendas de la lavandería.

El lavado de la ropa se realizará con detergentes y suavizantes biodegradables, amigables con el medio ambiente, que reducen el consumo de agua y de energía eléctrica. Con un valor social agregado que consiste en que nuestros colaboradores, personas con condiciones especiales como madres cabezas de familia, inclusivas, necesidades especiales, entre otros, podrán aparte de obtener conocimientos frente al ejercicio del lavado, laborar desde la comodidad de sus viviendas.

Ecological Cleaning ofrece a los usuarios muchos beneficios, mirando al interior de nuestro proyecto de impacto social, como atributo principal se tiene el conocimiento de las ventajas competitivas, pudiendo identificar todos los recursos disponibles para el desarrollo de nuestra idea de negocio, con equipos de trabajo que permitan una integración con los clientes de las clases sociales de estratos bajos con una integridad como fuente primaria para Ecological Cleaning.

Todos los atributos y beneficios que se ofrecen en Ecological Cleaning encajan en la actualidad para ayudar a la pobreza, falta de trabajo y en especial a las amas de casa que no pueden salir a trabajar largas horas y dejar a sus hijos en la casa.

**Atributos del servicio:** Dentro de estos atributos se pueden mencionar los siguientes, el compromiso y concientización con el medio ambiente, se permite la clasificación de diferentes tamaños de las prendas a lavar, se disminuye el alto consumo de energía y agua, se ofrece un tratamiento adecuado en el lavado y planchado de las prendas, la comodidad y ligereza para sus clientes, la disposición y reutilización de recursos hídricos,

el compromiso con las familias de escasos recursos, el manejo de productos para el proceso de lavado biodegradables, la calidad en la prestación del servicio, la auditoria y detección a los detalles, la recolección y entrega oportuna de productos puerta a puerta y la adaptabilidad de nuestros servicios en hogares comunes.

**Beneficios del cliente interno:** Los principales beneficios dados a nuestros clientes pueden ser, dar trabajo a los colaboradores sin salir de la comodidad de su hogar, capacitación para el manejo de máquinas y entregas a domicilio a los clientes, todo buscando un confort para nuestros usuarios y trabajadores, un trabajo formal con todos los beneficios de ley, la mejora económica para cada uno de los colaboradores, la estabilidad familiar y socioemocional dado que el servicio es prestado desde la comodidad de cada uno de las viviendas de los miembros de la organización, la capacitación y entrenamiento en diferentes técnicas de lavado y otros temas referentes al ramo, un buen clima laboral, la proyección a microempresa desde cada colaborador, la capacidad para lavado de prendas de gran tamaño, evitando el alto consumo de energía y agua, y finalmente que permite la clasificación de las prendas por tamaño, color y servicio.

**Beneficios del cliente externo:** De la misma forma Ecological Cleaning, ofrece dentro de los beneficios al cliente externo los siguientes; un servicio de lavado y planchado de alta calidad, se contribuye con el cuidado del ambiente, un servicio a domicilio, unos tiempos reducidos en la prestación del servicio, una atención oportuna al cliente y respuesta inmediata a las solicitudes, la durabilidad y cuidado de la ropa evitando daños y desgaste.

## **Grupo objetivo del proyecto**

Ecological Cleaning abre sus puertas a toda clase de consumidores que deseen el servicio de lavado y planchado de cualquier tipo de prendas con un bajo costo, permitiendo la satisfacción del usuario, así como la facilidad de acceder al servicio.

El grupo objetivo de nuestro proyecto son los habitantes de la localidad Antonio Nariño donde se puede evidenciar en la Ilustración 5 y 6, un poblamiento urbano de acuerdo al Censo Nacional realizado por el DANE en el año 2005 que entre 2000 y 2016 creció 1,68 millones (3 veces Santa Marta), más de 100 mil/año (Toda Facatativá en 1 año), en el año 2016 eran 7,98 millones de personas, nuestra región (BOG+16 Municipios) suma 9,40 millones y en Bogotá se acogieron a 350.000 víctimas del conflicto.

Para determinar el grupo objetivo en nuestro proyecto se ha desarrollado la metodología planteada con anterioridad, que es la entrevista a los potenciales usuarios, para determinar a través de un sondeo la clase de consumidores que se tendrán en nuestro proyecto, el otro grupo importante que se logra identificar por las entrevistas son los estudiantes y trabajadores universitarios logrando medir el nivel de aceptación y de la demanda de nuestro proyecto de empresa Ecological Cleaning.

La actividad económica será un buen indicador sobre la capacidad adquisitiva del mercado objetivo, en Bogotá el crecimiento de la economía ha mostrado a su población y la riqueza natural que se puede evidenciar en su territorio, donde se muestra un escenario positivo para continuar con el proyecto de Ecological Cleaning, además, que teniendo como objetivo central la innovación de economizar recursos como energía y agua convirtiéndose el proyecto en un escenario positivo para los siguientes años.

Por todo lo anterior expuesto, nuestro servicio está disponible para todas las familias bogotanas que no dispongan de tiempo, espacio o conocimiento de cuidado de prendas, también se cuenta con lista de precios bastante asequibles para que las personas que estén interesadas en este servicio de lavandería ecológica lo puedan hacer.

### **Segmentación**

Los criterios de segmentación del proyecto, son todas aquellas variables que se tienen en cuenta en una empresa para definir y delimitar a su segmento objetivo, es decir, son los factores de relación y discriminación que aplica una marca para diferenciar a las personas que le interesa como clientes., por lo cual se pretende que estos criterios sean medibles, accesibles, sustanciales y accionables.

Ecological Cleaning, con el fin de lograr estos criterios, contará con colaboradores muy bien capacitados añadiendo el servicio de entrega a domicilio, para ello, utilizará una segmentación teniendo en cuenta las variables socioeconómicas, los estilos de vida, motivaciones y perfil del tipo de consumidor, nuestra población objetivo se encuentra situada en la UPZ Restrepo, comprendida por los barrios Restrepo, Villa Mayor, San Jorge Central, Cinco de Noviembre, Eduardo Freí, San Antonio, La Fragua, La Fragueta, Santander.

Ecological Cleaning identificará la clase de segmentación en que estaría posicionada la idea de negocio y al cual estaría orientado primero que todo a lavanderías satélites, para fortalecer a aquellas personas que no puedan acceder a nuestra lavandería, segundo, a aquellos hogares alejados al lugar de ubicación de nuestro proyecto y por último a empresas aledañas que necesitan el servicio de lavado de prendas. Para determinar la segmentación se analizaron las siguientes variables:

**Variables geográficas:** Ecological Cleaning está ubicada en Bogotá, Cundinamarca, localidad Antonio Nariño.

**Variables demográficas:** Ecological Cleaning está dirigida a toda la población interesada en el servicio, sin discriminar ninguna situación, edad, nacionalidad, entre otras, siempre demostrando la calidad que caracteriza el servicio. Sin embargo, este servicio está esencialmente enfocado a hombres y mujeres entre los 30 y 50 años de edad, preferiblemente solteros, pertenecientes a los estratos 2 y 3 que tengan unos ingresos medios, al igual que a familias donde las personas encargadas de la economía del hogar son tanto padre como madre, con un promedio de 2 hijos por familia.

El grupo objetivo identificado hasta el momento en la lavandería Ecological Cleaning, son estudiantes y oficinistas del sur de Bogotá, más del 50% de clientes que se manejan son jóvenes entre 21 y 30 años, de cualquier sexo, ya que por sus actividades laborales viven solos y necesitan de este tipo de servicio, no cuentan con lavadora o confort en su apartamento, como una secadora o un lugar adecuado para el buen secado de ropa y les es cómodo que alguien les recoja y lleve su ropa limpia.

**Variables psicográficas:** Los consumidores de mayor potencia son las personas de estrato 2 y 3, que trabajan, estudian y no disponen del tiempo necesario, de la misma forma, los propietarios de apartamentos que no cuentan con el espacio suficiente en las viviendas y la facilidad de secado rápido para sus prendas, las personas que dedican poco tiempo a las actividades del hogar y las que no tienen un correcto planeamiento de las actividades de mantenimiento del hogar.

Dentro de los procesos de mejoramiento se pretende realizar periódicamente estudios a la población tanto clientes como a personas que aún no adquieren el servicio

de Ecological Cleaning, para garantizar el cumplimiento de nuestros estándares y poder tener un constante crecimiento donde se pueda llegar a más personas con respecto a las diferentes necesidades.

Variables de comportamiento: Las personas del segmento objetivo están en una constante búsqueda de la satisfacción de sus necesidades y de mayores beneficios que utilizan el producto final como un servicio de calidad que les ahorra tiempo y que ayuda a cuidar sus prendas, se espera que el servicio tenga una tasa esperada de consumo frecuente, es decir, cada semana se espera que el consumidor busque el servicio buscando de esta forma una alta fidelidad a la empresa y esto se convierta en un valor agregado.

La población total en la cual el proyecto tiene incidencia son los habitantes de la localidad de Antonio Nariño, estratos 2 y 3 según información tomada de la página de internet de la Alcaldía de Bogotá el informe obtenido más reciente es del año 2005 y el total de población de este segmento era en ese entonces de 109.277 personas. Se pueden determinar los siguientes criterios de segmentación por comportamientos, intenciones de búsqueda, frecuencia de uso, momentos de uso o de compras, recompras, nivel de fidelidad, gasto promedio por compra, demostración de interés hacia la marca, tipos de interacciones en el website, cantidad de visitas al web-site, dispositivo de uso y horarios de conectividad.

## **Competencia**

En el país, no se encuentra información estadística formal sobre el tamaño del mercado de lavanderías, las lavadoras comerciales ya han penetrado el 50% de los hogares, aumentando también la demanda de detergentes. Sin embargo, la lavandería sigue siendo el lugar preferido

para limpiar prendas normales o trajes muy costosos que podrían arruinarse si se lavan en casa. En la ciudad de Bogotá, según Google Maps, existen bastantes puntos de lavanderías, estas son algunas de las más reconocidas se encuentran, Aqualava Lavandería Autoservicio, Lavandería Calitex, Lavandería Industrial Metropolitana, Lavandería Súper Blanca, Lavandería Bogotá, Lavasport S.A.S., Easy Lavanderías Sede Salitre, Lavandería Lavaseco Don Daniel, Lavandería Industrial Y Hotelera Cisne, Lavaseco Moderno Ltda., Lavaseco Bahía, Lavandería Classic 86, Lavandería Rosales Lavado De Ropa Por Libras, Vitaclin Lavandería, Lavandería Y Autoservicio Nancy Sport, Aqualava Lavandería Autoservicio, Lavandería Multitex Castilla, Lavandería Suavite, Lavandería Olarte, Lavandería Service Express y Lavandería Express

Dentro de la competencia ubicada en el sector, de acuerdo a la ilustración 7 extractada de Google Maps puede determinar que existen varias lavanderías que prestan servicio de lavado y planchado. Se identifican 20 lavanderías cercanas que prestan similares servicios las cuales son: Lavaseco Olama, Lavandería Carolina, Lavandería Villa Mayor, Lavandería Lavaseco Dayan, Lavandería San Jorge, Lavaseco La Guaca, Lavandería Eduardo Frey, Lavaseco Fátima, Lavaseco Superlujo, Lavandería Lavaseco Nueva Imagen, Lavandería Lavaseco Jhony, Lavaseco Tecniclean, Lavaseco Onitex, Lavandería Lavaseco Colombia, Nuevo Lavaseco Éxito y Lavandería Total Clean

En el barrio Villa Mayor, existen cuatro lavanderías que prestan autoservicio, Lavandería Villa Mayor, Lavandería Carolina, Lavandería Lavaseco Dayani y Autolavado Sport y no hay evidencias de lavanderías netamente ecológicas. Ver ilustración 8.

En el análisis de los posibles competidores para Ecological Cleaning, al desarrollarse en el sector de Villa Mayor, una de las competencias que se encuentran es el alquiler de las lavadoras,

ya que este servicio prestado es muy económico y asequible para los clientes. Pero en la actualidad hay muy pocas lavanderías que prestan este servicio con un emprendimiento e impacto social, teniendo como clientes de bajos recursos, madres cabeza de hogar, entonces para nuestro proyecto la rivalidad de competidores es muy baja, además, debido a esto se implementarán estrategias de innovación e impacto social para que haya más facilidad de adaptación a los cambios que el mercado exige con el paso del tiempo.

De la misma forma, la empresa Ecological Cleaning se diferencia de las demás, por ofrecer servicios innovadores como es el servicio puerta a puerta, uso de jabones altamente biodegradables, tecnología moderna y ayuda a la comunidad de bajos recursos a dar empleo en los hogares, satisfaciendo las necesidades de los clientes y contribución con el medio ambiente.

### **Aliados clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social y acciones de cooperación como alianzas estratégicas.**

Con el fin de promover el posicionamiento, se realizarán alianzas estratégicas con empresas reconocidas en el mercado entre las que se encuentran, colegios, universidades, supermercados, locales comerciales, entre otros, con el fin de captar a sus usuarios y/o colaboradores como clientes potenciales.

Uno de los aliados clave para nuestro proyecto es la alianza con la empresa llamada Rappi, que se encargará de transportar, recoger y distribuir todas las diferentes prendas a los clientes, generando impacto social y oportunidades laborales, ayudando a mejorar la calidad de vida de las personas. También, los aliados del proyecto posibles para Ecological Cleaning son los ubicados a través de plataformas como app, páginas web, correos electrónicos, para que los clientes tengan la información necesaria del proyecto.

Otros aliados claves para el proyecto de Ecological Cleaning, son nuestras colaboradoras, que son el pilar importante dentro de la compañía para realizar la operación diaria de una manera sostenible y lo más importante realizando la labor social que dentro de los valores de Ecological Cleaning son lo más importante. Las colaboradoras de Ecological Cleaning, son especialmente contratadas bajo ciertos filtros, para garantizar que se genere empleo a personas con dificultades para obtener un trabajo fuera de sus hogares, como pueden ser: mujeres cabeza de hogar, de escasos recursos, personas de edad avanzada, personas en situación de desplazamiento a causa de la violencia o con algún tipo de discapacidad que las restrinja salir de sus hogares, con esta selección se quiere crear una oportunidad veraz a personas que se les dificulte conseguir un empleo estable brindando un crecimiento personal dentro de Ecological Cleaning.

### **Estrategias de Mercadeo**

Ecological Cleaning se caracteriza por la calidad, excelencia, puntualidad y eficacia en la prestación de sus servicios, siendo una empresa integral ya que está en permanente búsqueda del éxito por medio del buen trato y el respeto hacia los clientes, colaboradores, proveedores y sobre todo para el medio ambiente. El plan de mercadeo está alineado al plan estratégico, es decir, contempla tres momentos, etapas u horizontes de tiempo para la consecución de nuestro objetivo. En la ilustración 9 se pueden evidenciar las metas del plan de mercadeo

El objetivo de nuestro proyecto es llegar a crear estrategias con un plan creativo de ideas, una selección premisa de ventas, la cual podría ser un beneficio, una justificación y una inclusión de nuestra idea de negocio.

## **Estrategia del servicio**

La propuesta de valor de Ecological Cleaning está constituida por las siguientes ventajas competitivas:

**Calidad:** El servicio de lavado, secado y planchado lo realizará nuestro equipo de colaboradores, quienes son el principal soporte, imagen del negocio y representantes de la empresa frente al cliente. Se sabe que el cuidado de las prendas de vestir es de mucha importancia para nuestros clientes potenciales, y que difícilmente se la confiarían a alguien que no cumpla con lo que ofrece, por esto, se ha propuesto capacitar previamente a nuestro personal para que conozca todo sobre el cuidado a tener con los diferentes tipos de prendas.

**Seguridad:** Esta segunda ventaja competitiva está respaldada por las herramientas tecnológicas, viéndose reflejado en la utilización de maquinaria que garantice un lavado 100% ecológico y de los insumos biodegradables utilizados en el proceso. Asimismo, aunque el servicio se presta desde las viviendas de los colaboradores, existe una oficina principal donde va a ser el punto de recepción de todos los registros a través de un software para lavandería que se implementará y que permitirá obtener un control exhaustivo de toda la cadena logística al igual que del seguimiento financiero del negocio.

**Oportunidad:** Se procurará tener la mayor cantidad de horarios y días disponibles para que los clientes puedan solicitar el servicio, adaptando nuestra oferta en términos de tiempos a las necesidades y requerimientos de nuestros clientes. A la particularidad de esta atención en la inmediatez, se agrega una segunda de poder solicitar el servicio previa agenda semanal o mensual.

**Diversificación:** En la etapa de indagación, se determinó que, en el público objetivo existe una necesidad del servicio de arreglo de ropa y teñidos, por lo que también se agregará estos servicios para satisfacer a nuestros clientes.

**Puntualidad:** En cuanto al servicio de delivery, se diseñará un mapa con recorridos estratégicos, organizado por horarios pre-establecidos para el recojo y entrega de la ropa, con lo que se pueda satisfacer nuestra clientela.

### **Estrategia de proceso**

Se propone ampliar el personal a medida que se vaya expandiendo la empresa manteniendo los beneficios de acuerdo a la normatividad vigente. Teniendo en cuenta un proceso de lavado ordenado y estandarizado relacionando siempre el tiempo con el número de prendas a procesar, utilizando suministros de buena calidad para garantizar calidad a los clientes y el cuidado del medio ambiente.

### **Estrategia de comunicación**

Esta estrategia está orientada a los productos de promoción, generando una buena publicidad a corto plazo, informando a los clientes el proceso social de impacto de acuerdo a los segmentos de la población a los cuales estaríamos dirigidos.

La publicidad es lo más importante dentro de la estrategia de comunicación y debe estar enfocada al cuidado del medio ambiente, se espera utilizar una página web con dominio propio y explotarla como herramienta publicitaria utilizándola para que los clientes puedan hacer sus pedidos vía correo electrónico. Dentro de esta fase de lanzamiento se ha diseñado un plan comunicacional, el cual integra los canales de la plataforma digital de mayor alcance de nuestro público objetivo, donde el objetivo de la campaña es introducir la marca al mercado y dar a conocer la

propuesta de valor del servicio a través de Facebook y medios propios como el sitio web. La fase de lanzamiento tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

Generar trabajo de repartición de volantes en la localidad. (Ilustración 10)

Creación de una App denominada Ecological Cleaning donde se pueda visualizar y adquirir propuestas, calificaciones, mejoras, seguimiento de entrega de las prendas, sugerencias, para llevar un mejor control de la empresa.

Generar publicidad digital, desde página web, hasta anuncios en redes sociales, mensajes publicitarios y promocionales con clientes directamente a sus números telefónicos, para generar referidos.

**Estrategia y acción en redes sociales, presentación del enlace del Wix**

<https://ivancalifa94.wixsite.com/diplomado>

**Imagen y slogan de la marca**

Teniendo en cuenta lo propuesto en este plan de negocio desde el comienzo, se buscó un nombre que tuviera relación con la parte ecológica como base de este trabajo, la primera propuesta que surgió fue “EcoUNAD” pero era muy evidente el surgimiento de la idea de negocio, luego de una búsqueda con los miembros del grupo de trabajo se determina que el nombre fuera Ecological Cleaning, dos palabras que resumen lo que quiere reflejar la empresa, “Ecología” y “Limpieza”.

Debido a que Ecological Cleaning no cuenta con un eslogan, se sugirió utilizar uno que resumiera ante el mercado todo lo que se piensa hacer con este plan de negocio, este se diseñó para que funcionara también como el lema publicitario de la empresa como una expresión de la

idea que se tiene y como parte de la imagen que se quiere transmitir, este mensaje debe sintetizar los beneficios principales de los servicios ofrecidos por la empresa para el cliente, también debe destacar la diferencia del servicio ofrecido respecto a la competencia, al mismo tiempo debe ser un mensaje corto, simple, tajante y directo para que genere credibilidad en el mercado y tenga una fácil recordación. En la ilustración 10 se muestra el logotipo de nuestra empresa Ecological Cleaning, en la Ilustración 11 se puede evidenciar el folleto publicitario para que la comunidad conozca nuestros servicios, igualmente en la ilustración 12 se muestra el proceso de nuestro servicio a través de la App. En este orden de ideas se determinó el siguiente eslogan:

***“Ahora la ropa sucia se lava en casa”***

Como estrategias de apertura en Ecological Cleaning, se implementarán varias acciones , entre ellas se pueden mencionar, un descuento especial del 15% en la próxima lavada a las primeras 30 personas que se suscriban a nuestra aplicación, la entrega de una tarjeta con 10 espacios para llenar un stickers, donde el cliente por cada lavado se ganará un sticker que podrá canjearlo por 20 libras de lavado gratis, como estrategia de nuestro servicio y producto, se ofrecerá una póliza de servicio y garantía que salvaguarde los intereses del cliente frente a un posible daño, deterioro o manchado en sus prendas, y también se realizará una recolección de datos de los clientes potenciales, en especial de los correos electrónicos y WhatsApp para compartir anuncios publicitarios y promociones.

### **Estrategia de Posicionamiento**

El Mercadeo es la estrategia que buscaría Ecological Cleaning para ingresar al mercado de entrega y reparto, ofreciendo un servicio eficiente, permitiéndole a los clientes coordinar los ser-

vicios ofrecidos para el lavado de prendas en el menor tiempo posible, logrando posicionar rápidamente el proyecto y aumentar la participación en el mercado con un gran número de clientes para poder mejorar nuestras ventas.

Nuestro posicionamiento se base en la puntualidad, la higiene y un ambiente agradable de espera, a través del lavado con uso responsable de agua y detergentes ecológicos, la entrega de ropa en el menor tiempo posible y el recojo de ropa y entrega a domicilio.

Para lograr el posicionamiento esperado se debe contar con un personal competitivo que sea capaz de prestar un servicio de excelente calidad, esto se logra haciendo sentir importante y valorado a cada empleado para que desarrolle una capacidad de colaboración y motivación que genere éxito para la empresa, también se debe entrenar al empleado frente a la atención directa con el cliente como es el caso de los domiciliarios y los recepcionistas, ellos teniendo acceso a toda la información que debe manejar en su cargo para que así preste un servicio que garantice la fidelidad de los clientes.

Otras actividades promocionales que: se han pensado para llamar la atención de nuestros clientes, pueden ser, primero, utilizar los canales de comunicación digitales con el fin de promocionar y generar interacción social, para ser implementados y reconocidos por la calidad en la prestación del servicio y así poder llegar al posicionamiento en el mercado competitivo, segundo, implementar para la promoción de ventas obsequios a los clientes de forma que motiven la utilización de nuestro servicio, por ejemplo, disminución de costos por mas kilos de prendas lavados, por ejemplo, el obsequio de bolsos ecológicos a los usuarios frecuentes, o de artículos promocionales como lapiceros ecológicos, bolsas para entrega de ropa y ganchos para trajes y vestidos, entre otros, y algo innovador puede ser que dentro de campañas de marketing se puede realizar el

sistema de acumulación de puntos para futuras lavadas, con ello se pretende atraer a los clientes, fidelizarlos o abrir nuevas sucursales.

### **Estrategia de precios**

Se desarrollará una estrategia de precios considerando diversos factores del mercado, respetando los estándares de precio que se manejan actualmente porque se debe respetar a la competencia; adicionalmente se tienen en cuenta nuestros costos para lograr una eficiencia adecuada. Por ejemplo, para la inauguración se lanzará un descuento del 10, 30 y 50% en prendas de poca demanda, con lo que se revertirá el impacto económico que cause.

### **Estrategia de Diferenciación**

Ecological Cleaning atenderá directamente a su consumidor por lo que es importante que todos nuestros colaboradores estén bien capacitados en el servicio al cliente para lograr el objetivo de estandarizar el servicio otorgado. En la Ilustración 13 se determina el proceso del servicio de domicilio de Ecological Cleaning, donde se hace necesario consolidar una relación de confianza con los usuarios y de gran eficiencia en cuanto a la forma y plazos de entrega de la ropa, para ello, se tendrá en cuenta el proceso completo de producción en el menor tiempo posible y debido a la competencia existente, se hace necesario una estrategia de costos accesibles y pagos en efectivo o con tarjetas de crédito o débito.

## **Proyección operativa y financiera**

### **Recursos operativos**

#### **Tamaño del proyecto**

Ecological Cleaning estará ubicado en la ciudad de Bogotá, localidad Antonio Nariño, barrio Villa Mayor, es una ubicación privilegiada, ya que se encuentra en una zona cerca de universidades, centros comerciales, zonas residenciales con alto índice de apartamentos en los que piensa prestar el servicio de delivery, la ubicación permite planificar el mapeo de las zonas de acuerdo a la distribución y tiempos de reparto. La ilustración 14 muestra la ubicación geográfica donde se desarrollará nuestro proyecto.

Ecological Cleaning cuenta con una oficina principal donde se coordinan todos los procesos, sin embargo, se clarifica que la prestación del servicio del lavado y planchado se realiza desde los hogares de cada uno de nuestros colaboradores. El tamaño en términos del espacio requerido se presenta en la Tabla 1. (Todas las tablas están ubicadas en el apéndice)

#### **Disponibilidad insumos**

Debido al tipo de nuestra idea de negocio se contempla contar con un almacén de insumos a utilizar para el proceso de lavado, entre ellos se pueden mencionar, detergentes, blanqueadores, activadores y suavizantes: Son líquidos biodegradables compuestos con fórmulas ecológicas que permiten sacar la suciedad más resistente dejando la ropa suave, sin arrugas y permitiendo el secado de las mismas, bolsa para funda de prendas elaboradas en polietileno de baja o alta densidad, blanco, color o transparente, ganchos para colgar ropa, adquiridos en em-

presas mayorista de productos plásticos que preserven el medio ambiente. Los insumos a utilizar dentro de los procesos operativos se presentan a continuación y en la tabla 2 se muestra la disponibilidad de insumos con stock de seguridad.

### **Descripción técnica del producto**

Ecological Cleaning presta el servicio de lavado y planchado de diferentes tipos de prendas, y contempla tres factores primordiales para el manejo individual de cada una de ellas, teniendo en cuenta las características del tejido y las necesidades específicas del cliente, como pueden ser el grado y tipo de suciedad, la naturaleza del tejido y los colores

Desde el punto de vista del usuario Ecological Cleaning tiene las siguientes ventajas, primero, el lavado de mayor calidad, segundo, la ropa sin residuos de disolventes y tercero, el servicio de delivery con tiempo de recorridos de acuerdo a las necesidades y entrega de forma puntual.

### **Procesos Operativos**

Los procesos operativos determinados en Ecological Cleaning se pueden observar los siguientes pasos; la recepción de prendas, la revisión y clasificación para asegurarnos del correcto uso de los recursos, el lavado de acuerdo a la clasificación de las prendas, el secado, previo control de calidad del lavado, el planchado, este paso comprende el doblado de las prendas y por último la organización y despacho de las prendas, de acuerdo a los tiempos establecidos de entrega.

En el proceso operativo desde el recojo de las prendas del cliente, hasta el traslado y entrega nos tomará aproximadamente 3 horas.

## **Maquinaria o instalaciones necesarias para la puesta en marcha del proyecto**

Los factores que influyen en el proceso de lavado se lograrán con lavadoras que mejoren el trabajo, como el lavado en húmedo o SmartClean que es un proceso que permite hacer el lavado de prendas delicadas y fibras naturales sin utilizar solventes, las prendas no se expanden ni se quiebran, no pierde tamaño, color, ni textura, además, se genera un ahorro de agua y productos químicos logrando mayor eficiencia.

En el sistema de secado se empleará modelos con capacidad de carga desde 13 kg. hasta 22 kg., que cuenta con sistema de calefacción a gas, vapor o eléctrico, por lo que se podrá variar el uso de acuerdo al tipo de ropa. En la siguiente tabla se muestra las inversiones en cuanto a máquinas y elementos operativos se refieren.

El servicio de lavandería presta el servicio de delivery, para ello utilizará un vehículo para la realización del servicio de propiedad del Ecological Cleaning, por lo que su almacenamiento corresponde a la empresa.

## **Proyección de distribución en planta**

En Ecological Cleaning se busca optimizar la utilización del poco espacio, para esto se determina la distribución proyectada de las instalaciones del local que es de aproximadamente 35 m<sup>2</sup>, acondicionado para un aforo total de 6 personas, básicamente cuenta con varias secciones definidas para los requerimientos del negocio, como son, la recepción, 3 m<sup>2</sup>.(Aforo 1 persona), el área de lavado y secado, 10 m<sup>2</sup>. (Aforo de 2 personas), el área de planchado. 10 m<sup>2</sup>.( Aforo de 2 personas), una oficina administrativa 5 m<sup>2</sup>. (Aforo de 1 persona), el almacén. 4 m<sup>2</sup>. (Aforo de 1 persona) y el baño privado 3 m<sup>2</sup>.

## **Cargos, organigrama y necesidades de personal.**

Ecological Cleaning es una organización de capital privado con fines de lucro que contará con 6 colaboradores directos en planilla y 10 colaboradores bajo la modalidad de prestadores de servicios. La ilustración 15 muestra el organigrama determinado para la empresa.

Debido a que la empresa recién inicia operaciones, se constituirá como una Sociedad Anónima Cerrada, que estará conformada por 5 socios realizarán un importe de capital inicial., el área financiera, asesor legal, administración y marketing, serán personal externo.

Félix Alexander Silva

Iván Eduardo Califa

Juan David Guaquetá

Laura Valentina Cifuentes

Wilman Eduardo Albarracín Oliveros

En la tabla 4 se muestran los diferentes cargos establecidos dentro de la idea de negocios haciendo énfasis en el nombre del cargo, la misión y jefes inmediatos.

Ecological Cleaning tiene dispuesta una proyección salarial no solamente mensual sino también anual de los cargos ofrecidos en la empresa, esta información se muestra en la tabla 5.

## **Descripción de equipos de oficina**

Ecological Cleaning tiene a su disposición diferentes equipos de oficina que se enumeran en la tabla 6.

## **Procesos preoperativos**

Los gastos por constitución de la empresa se muestran en la tabla 7, incluyen la elaboración de la minuta, de la escritura pública y su respectiva inscripción en los registros públicos.

Los gastos por acondicionamiento de local incluyen el pozo a tierra, el tendido eléctrico necesario, las luminarias y la pintura en general.

## **Proyecciones de ventas**

Con el propósito de evaluar la demanda que tendría el proyecto en la ciudad de Bogotá, se efectuaron encuestas a un grupo objetivo de clientes potenciales para nuestro servicio de lavandería. Teniendo en cuenta que para el año 2021, la ciudad de Bogotá conto con 7'181.569 habitantes. Dicha población económicamente activa, y después de aplicada la investigación de mercados con el fin de identificar el impacto del proyecto de negocio, se puede llegar a una demanda potencial de 3'016.400 personas aproximadas. De esta cantidad de clientes potenciales se supone que cada 2 personas de ellos conforman 1 hogar en la ciudad, siendo así un total de 1'508.200 hogares en promedio, de los cuales el 1% de esta población será el mercado objetivo del proyecto 15.082 es igual a los hogares en la ciudad de Bogotá. A continuación se muestra una información relevante dadas en tablas, tales como, el cálculo de la demanda se muestra en la tabla 8, al igual que las proyecciones dadas de la cantidad de kilos de prendas lavadas, información dada en la tabla 9, la tabla 10 describe de una forma clara y detallada los precios de venta que se van a tener en cuenta en el momento de la apertura, la tabla 11, muestra las proyecciones de lavado de prendas por kilos de forma mensual y para finalizar en la Tabla 12 se muestran las proyecciones de ingresos por ventas mensual.

## **Capital de trabajo**

El capital de trabajo es un presupuesto inicial necesario para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos suficientes que sirvan para cubrir los egresos. En general, entre otros, los recursos del capital de trabajo servirán para pagar los siguientes gastos, las remuneraciones del personal, las materias primas e insumos, el agua, la electricidad, el alquiler del local, el teléfono, el servicio de internet, los seguros, las comisiones, la publicidad, entre otros.

El capital de trabajo se determinará elaborando el flujo de caja mensual para el primer año del negocio, en la tabla 13 se muestra el primer flujo de caja mensual.

## **Inversiones**

### **Inversión total**

La información de la inversión total se encuentra evidenciada en la tabla 14.

### **Fuentes de capital de inversión**

Se determina una estructura de financiamiento con 50% de capital social propio (\$86.765.000 aportado por los socios) y el saldo será financiado mediante una entidad financiera a largo plazo. Ver tabla 15.

## Conclusiones

Ecological Cleaning, es una idea de negocio que basa su propuesta en un modelo innovador con emprendimiento social y compromiso con el cuidado del medio ambiente, que busca, no solo diferenciarse, por el lavado con sistema ecológico, sino, por brindar un servicio de calidad y excelente atención al cliente, con promociones que van desde el reparto de la ropa sin costo adicional, ofertas por cantidad y premios a los clientes más asiduos.

Ecological Cleaning, busca desarrollar diferentes estrategias de mercadeo donde se pueda obtener un impacto social y ambiental considerando diversas alternativas como:

Generar empleo en la población vulnerable brindando crecimiento económico y calidad de vida con la posibilidad de trabajo desde sus hogares permitiendo que las personas compartan con sus seres queridos sin dejar atrás su obligación laboral contribuyendo a los objetivos y metas de sostenibilidad de la empresa.

Generar un gran impacto ambiental con el uso de insumos innovadores y biodegradables que sea amigable incentivando al uso de estos productos a los clientes y colaboradores de la empresa con el fin de mejorar el medio ambiente, generando motivación en las personas al conocer las consecuencias que se generan por el uso de detergentes clásicos que contaminan la capa de ozono, así como por el alto consumo de agua en el lavado de ropa y la contaminación del recurso hídrico causado por las aguas residuales que deja este proceso.

Implementación de aplicaciones que por medios electrónicos permita la facilidad a los clientes de pagar, agendar citas de recolección de sus prendas y hacer seguimiento del proceso.

Buscar satisfacer las necesidades de los clientes por medio del uso de la empatía permitiendo recopilar información de necesidades pensamientos ideas que desean los clientes a la hora de adquirir nuestros servicios por medio de encuestas, plataformas y bu-zón de sistema PQRS (Peticiónes quejas reclamos y sugerencias que nos permita poner- nos en el lugar del cliente y poder brindar un servicio de calidad.

El aspecto financiero es determinante en el desarrollo de esta propuesta de negocio, ya que por ser social debe enfocarse en el beneficio de una comunidad determinada, y a la vez que genere unas ganancias para que la empresa pueda ir alcanzando las metas determinadas.

Dentro de las enseñanzas que se pueden mencionar del desarrollo de esta idea de negocio, se pueden potenciar la creación de estrategias en base a áreas de oportunidad que ayuden a conseguir objetivos y resolver retos, esto alcanzado luego del análisis a fondo del proceso de la empresa para optimizarlos, modernizarlos, y alinearnos con la situación actual en la que se encuentra, un mundo conectado, tecnológico y en constante innovación y adaptación.

## Bibliografía

Castro Holguin, J, Lozano Perdomo, L. & Saldaña Canizalez L, (2018). Plan de negocios em-

presa prestadora de servicio Lava Express. Sitio web: [https://repositorio.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/6584/1/2108\\_Plan\\_de\\_negocios.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/6584/1/2108_Plan_de_negocios.pdf)

Clean, 7. (s/f). *¿Por qué la apuesta para el emprendimiento en la inversión de una franquicia en*

*la era post COVID-19?* 7 Clean.mx. Sitio web: <https://www.7clean.mx/blog/oportunidades-de-negocio/por-que-la-apuesta-para-el-emprendimiento-en-la-inversi%C3%B3n-de-una-franquicia-en-la-era-post-covid-19>

Colombia Digital Marketing [ColDigitalMk]. (2014). *Qué es el Marketing Digital y Cuáles son sus beneficios.*

Consejería para la Equidad de la Mujer, (2014). *Datos en el marco de la mujer.* Sitio web:

<http://www.equidadmujer.gov.co/>

DANE –Departamento Administrativo Nacional de Estadística– (2012). Encuesta Ambiental.

Sitio web: [http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/dice145-tamanospromedios-29052012\\_0.pdf](http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/dice145-tamanospromedios-29052012_0.pdf)

DANE –Departamento Administrativo Nacional de Estadística– (2012). Estadísticas por tema.

Demografía y población. Sitio web: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

- Instituto Nacional de estadística e informática, (2010). *Encuesta Nacional de uso del tiempo libre*. Sitio web: <http://www.unfpa.org.pe/publicaciones/publicacionesperu/MIMDES-INEI-Encuesta-Nacional-Uso-Tiempo.pdf>
- Junta de Castilla y León. (2012). *Marketing Digital para Pymes* (P. 97- 107). Sitio web: [http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=10060082](http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082)
- Kerestegian S. (2017). *Días Norticos 2017: Design Thinking*. (Archivo de video) Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=55&v=a9-5IVg83w](https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-5IVg83w)
- Lavanderías en Villa Mayor, (2021). Sitio web: <https://www.civico.com/bogota/barrio/villa-mayor/categorias/servicios/servicios-personales/lavanderias>
- Mejía Martínez, A. (19, 11,2018). *OVI Unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking*. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/2168>
- Mejía Martínez, A. (19,11,2018). *OVI Unidad 4 Gestión del Marketing para emprendedores*. [Archivo de video]. <http://hdl.handle.net/10596/22241>
- Merodio, J. (2010) *Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva* (P. 59-66). Sitio web: <https://www.juanmerodio.com/marketing-en-redes-sociales-mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva/>

Moreno T., Morales H., L. F. C. A. (2013). *Gestión de costos en una lavandería industrial “Lavandería Columbus” basado en un sistema ABC*. Flujograma

Moreno T., Morales H., L. F. C. A. (2013). *Gestión de costos en una lavandería industrial “Lavandería Columbus” basado en un sistema ABC*. Sitio web: [http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/1812/1/Gestion\\_Lavanderia\\_Columbus\\_%20Moreno\\_Morales\\_2013..pdf](http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/1812/1/Gestion_Lavanderia_Columbus_%20Moreno_Morales_2013..pdf)

Moshini, S. (2012). *Claves del marketing Digital* (P. 9-15). Sitio web: <https://docero.com.br/doc/n5sxxce->

Negocio Americano, (2021). Sitio web: <https://es.qoodis.com/index.php/las-22-mejores-ideas-de-negocios-relacionadas-con-lavanderia-para-2021/>

Rodríguez, R. (2015). *Técnicas hoteleras*. Sitio web: <https://es.slideshare.net/kaditorori10/area-de-lavandera>

Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). *Marketing para emprendedores*. Bogotá DC, Colombia: Ecoe Ediciones. Sitio web: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/69144>

Themonopolitan.com, (2021). *Lavanderías Pequeñas - 5 Ejemplos Súper Innovadores*. (s/f). Sitio web: <https://themonopolitan.com/2017/10/lavanderias-pequenas>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD (2021). *Aplicamos La Técnica Scamper*. (s/f).

Scribd.com. Sitio web: <https://es.scribd.com/document/470756681/APLICAMOS-LA-TECNICA-SCAMPER>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD (2021). *Intuición, acción, creación*, edited by

Ellen Lupton, Editorial Gustavo Gili, 2012. Sitio web: <https://elibro.net/bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD (2021). Plataforma – *Curso online de introducción al Design Thinking*. Sitio web: <https://designthin-king.es/inicio/index.php>

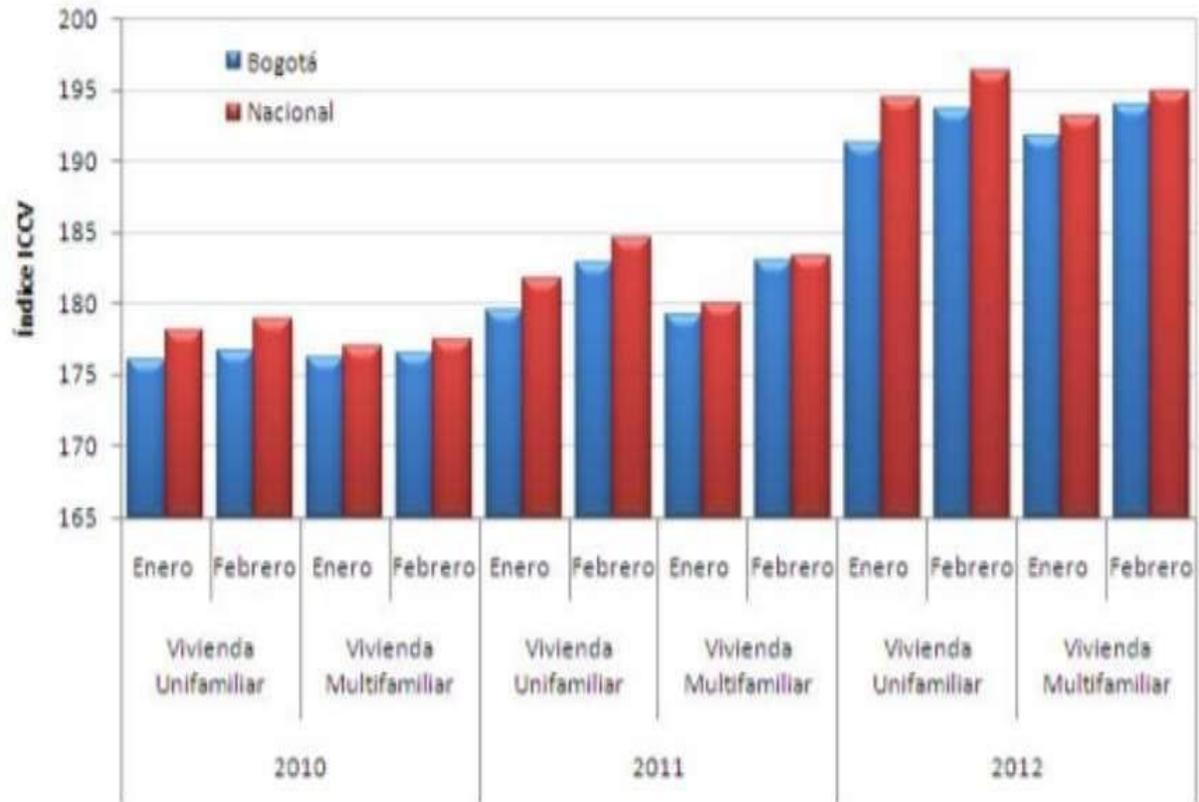
Vergara, C. N. (2012). *Marketing y comercialización internacional* (pp.172-220). Sitio

web: <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547450&lang=es&site=eds-live&scope=site>

## Apéndice

### Ilustración 1.

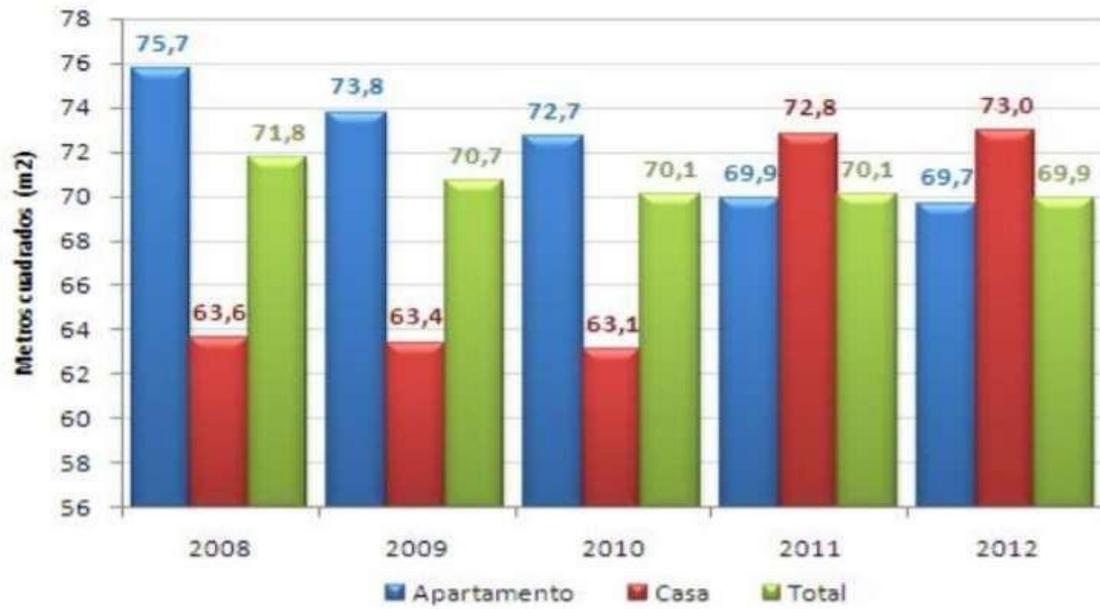
*Índice mensual por tipo de vivienda del ICCV. Bogotá 2010-2012*



Fuente: DANE 2010-2021

## Ilustración 2.

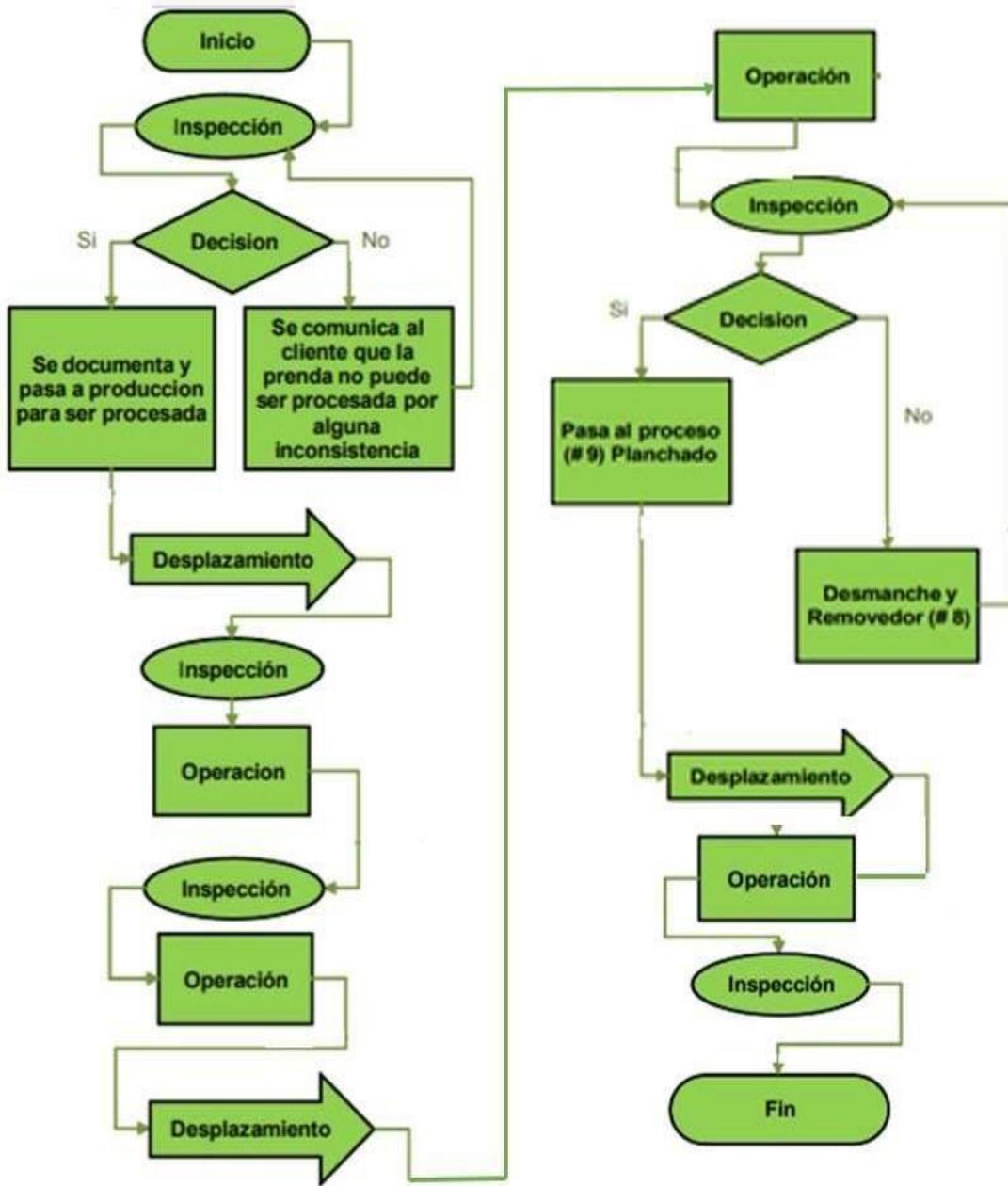
*Tamaño promedio de vivienda según tipología. Bogotá 2008-2012*



Fuente: DANE 2010-2012

**Ilustración 3.**

*Sistema de producción Ecological Cleaning*



Fuente: Autoría propia

## Ilustración 4.

### Prototipo de Ecological Cleaning

**ECOLOGICAL CLEANING**  
LAVANDERÍA ECOLÓGICA

# EL FUTURO DE LAS LAVANDERÍAS ECOLÓGICAS AMIGABLES CON EL MEDIOAMBIENTE

Crear una empresa, con una propuesta de valor que ofrezca un servicio de limpieza, secado y planchado de prendas de vestir con una innovación ecológica y amigable con el medio ambiente, pensado para aquellas personas, que no cuentan con el tiempo necesario para realizar la labor de lavado y para aquellas personas tienen el tiempo, pero prefieren ocuparlo en otras actividades.



**ECOLOGICAL CLEANING, TIENE COMO FUNCIÓN OFRECER UN SERVICIO DE CALIDAD Y OPORTUNO EN LA RECOLECCIÓN, LAVADO, SECADO Y DISTRIBUCIÓN DE DIFERENTES TIPOS DE PRENDAS**



**BRINDANDO A LAS FAMILIAS UN SERVICIO PUERTA A PUERTA, CON TRANSPORTE DE DISTRIBUCIÓN QUE NO GENERAN AFECTACIÓN AMBIENTAL**



**IMPLEMENTACIÓN DE DETERGENTES TIPO ECOLÓGICOS, USO ADECUADO DE LOS RECURSOS HÍDRICOS, IMPLEMENTACIÓN DE MAQUINARIA Y TECNOLOGÍA ALTAMENTE AHORRADORA DE ENERGÍA**



**SATISFACCIÓN GARANTIZADA DE NUESTROS CLIENTES Y APOYO A NUESTROS EMPLEADOS CON LA PRESTACION DEL SERVICIO DESDE CADA UNA DE SUS VIVIENDAS.**

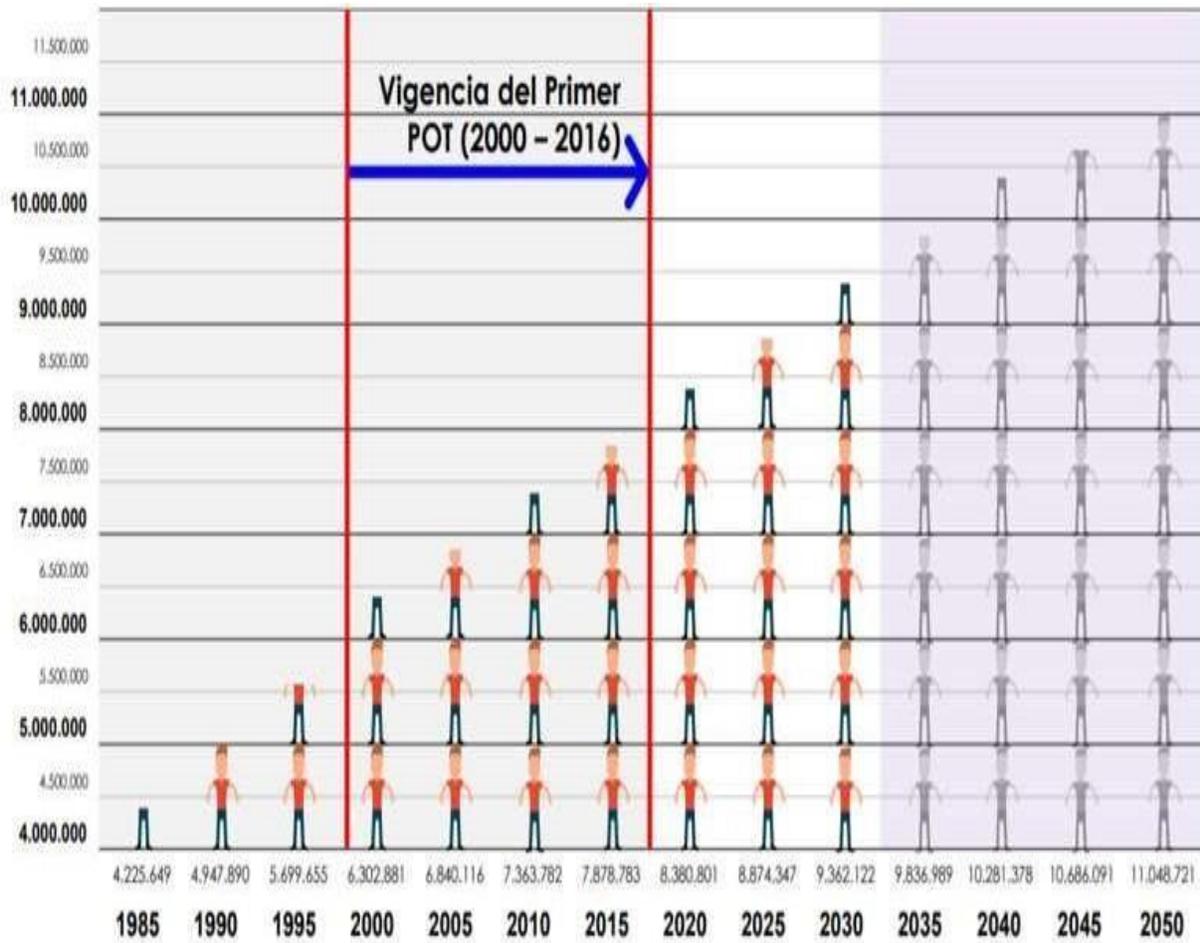


**Nuestra empresa pretende contar con colaboradoras con situaciones especiales como madres solteras, personas con capacidades excepcionales o mujeres con carga familiar, debidamente capacitadas; a ello se añade un servicio de lavado en cada una de las viviendas de estos empleados, con un significativo ahorro de tiempo a los usuarios y con uso exclusivo de productos biodegradables. Además, como otra propuesta de valor, se encuentra la disponibilidad de una app para agilizar el proceso.**

Fuente: Autoría propia

## Ilustración 5.

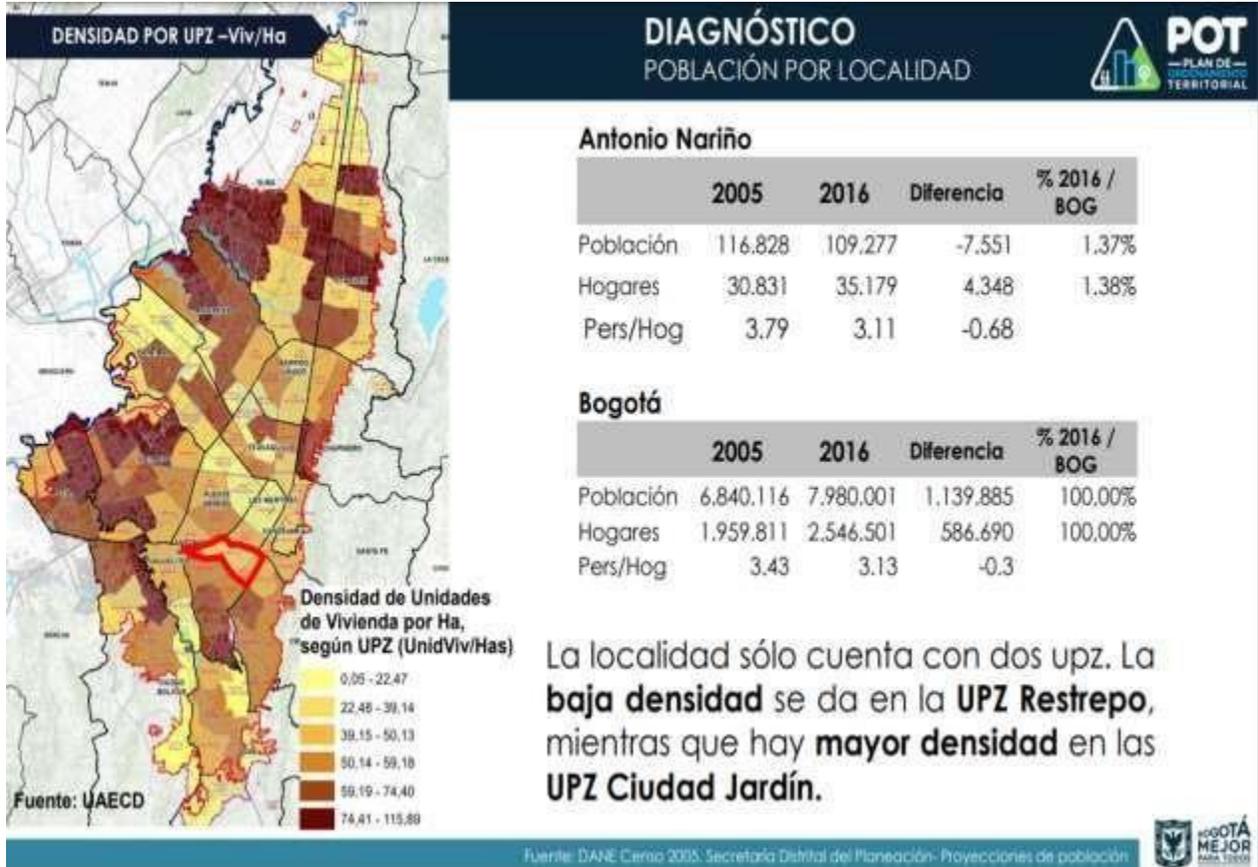
### *Crecimiento de la población en Bogotá*



Fuente: Censo Nacional DANE 2005

## Ilustración 6.

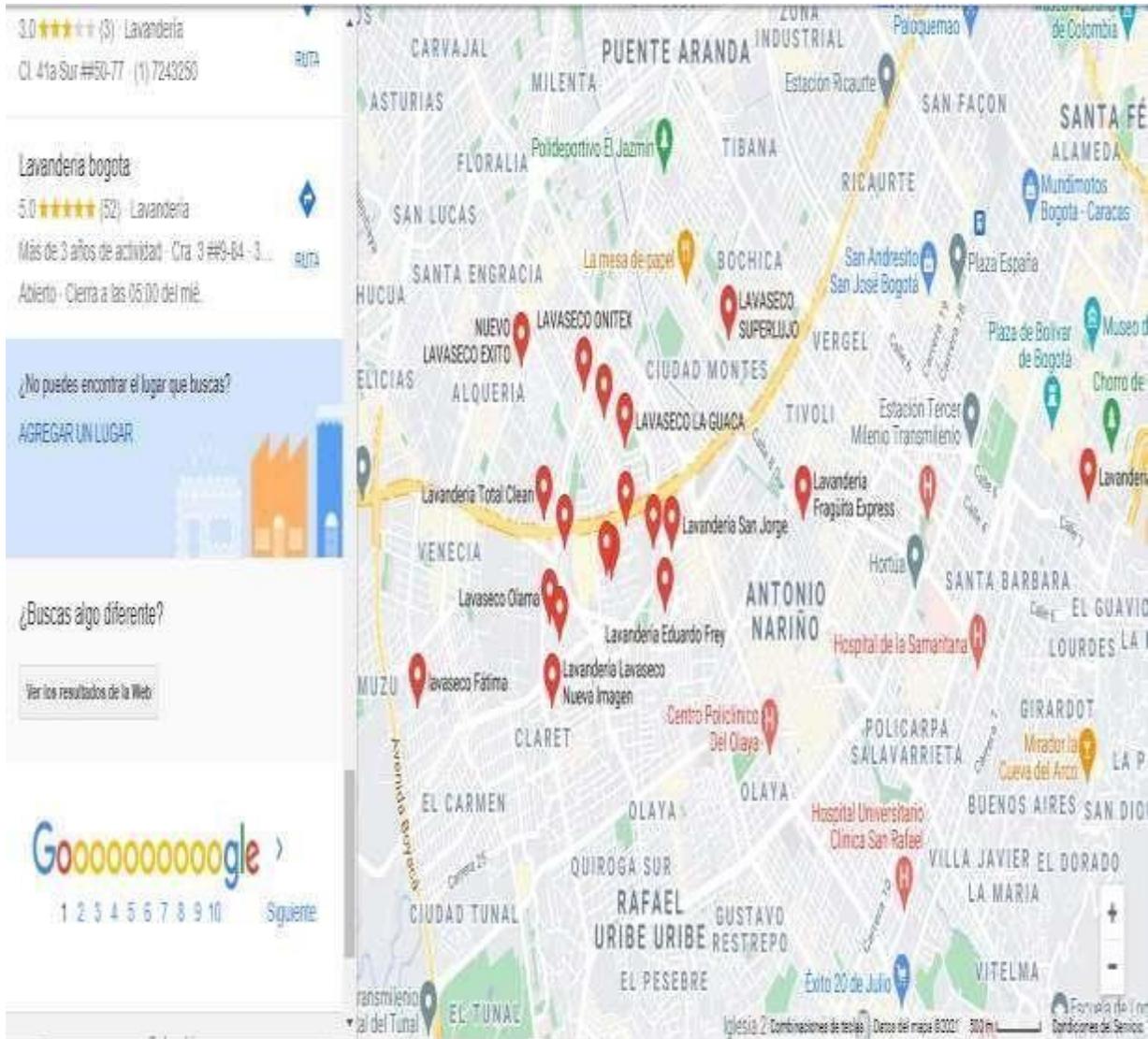
### Diagnóstico Poblacional Localidad Antonio Nariño



Fuente: POT Localidad Antonio Nariño

## Ilustración 7.

### *Lavanderías del sector de Centro Mayor.*



Fuente: Google maps.

**Ilustración 8.**

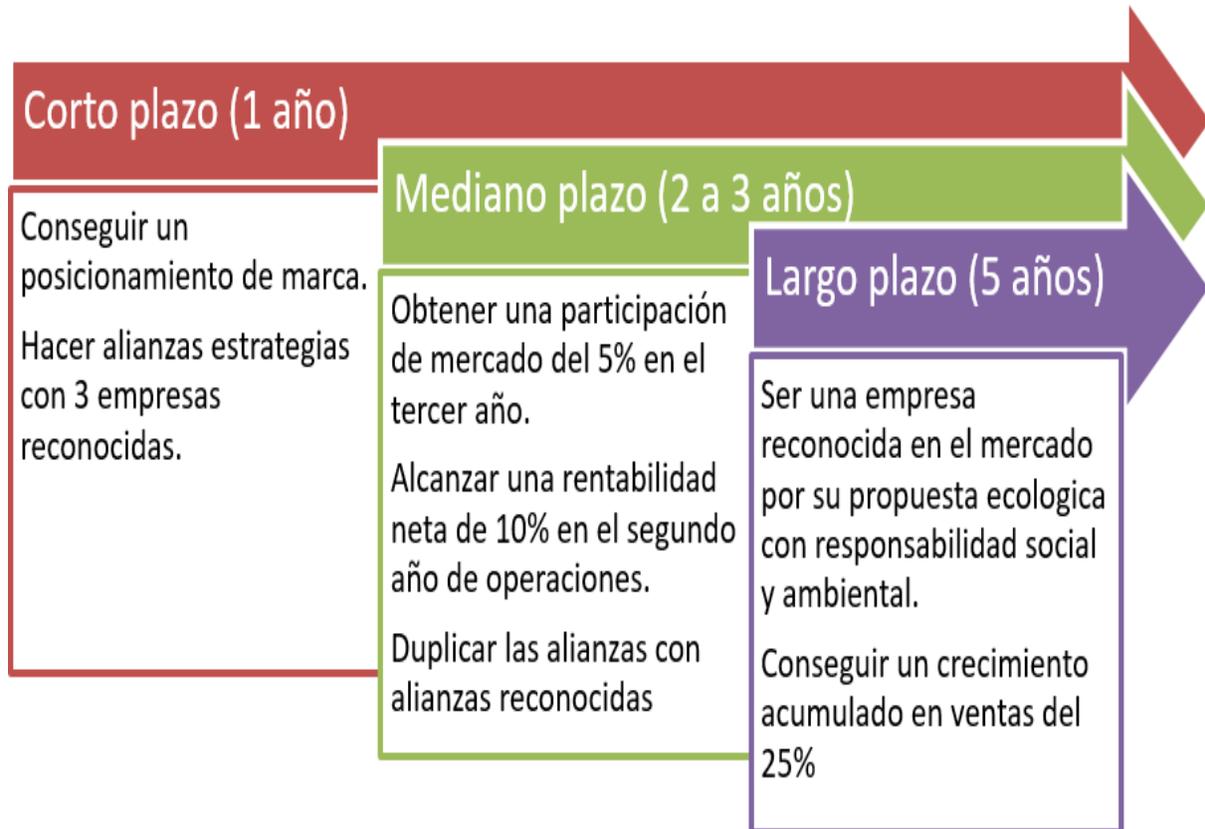
*Lavanderías con autoservicio en el sector de Centro Mayor.*



Fuente: Google maps.

## Ilustración 9.

### *Metas del plan de mercadeo*



Fuente: Autoría propia

**Ilustración 10.**

*Logotipo Ecological Cleaning.*



Fuente: <https://www.jsceiscq.com/>

Ilustración 11.

Folleto publicitario



**ECOLOGY CAL**

Lava. tintore

**ECOLOGICAL CLEANING**

**Lavandería y tintorería**

**SERVICIO DE LAVADO EN FRIO**

12 PRENDAS **Por \$15000**

25 PRENDAS **Por \$22000**

**LIMPIEZA ÓPTIMA AHORRA DINERO**

**SERVICIO DE TINTORERÍA**  
TODO TIPO DE PRENDAS

**Por \$15000**

**RECUPERA TUS PRENDAS**

**CLEANING**

**AHORA LA ROPA SUCIA SE LAVA EN CASA...!!!**

**SERVICIO DE LAVADO EN SECO**  
AL VAPOR Y CON PERCLORO, UTILIZANDO PRODUCTOS AMIGABLES  
CON EL MEDIO AMBIENTE

**LAVADO DE COBIJAS**

TÉRMICAS **Por \$15000**

OVEJERAS **Por \$20000**

ESPAÑOLAS **Por \$20000**

**LAVADO DE EDREDONES**

CORRIENTES **Por \$15000**

PLUMONES  
CAMA DOBLE **Por \$15000**

OVEJEROS Y PELUCHES **Por \$20000**

**OTROS SERVICIOS**

- Lavado de tapetes
- Peluches
- Planchado de prendas
- Cortinas
- Tenis
- Uniformes
- Cojines
- Gorras
- Vestidos de calle, novia, bautizo, primera comunión
- Chaquetas de plumas
- Togas y birretes
- Forros para carro particular y bus

**Servicio a domicilio**

**Horario de atención**

Lunes a sábado  
9:00 a. m. a 7:00 p.m.

Carrera 34B #38-40 Sur,  
Bogotá - Villa Mayor

3143599995  
3107583984

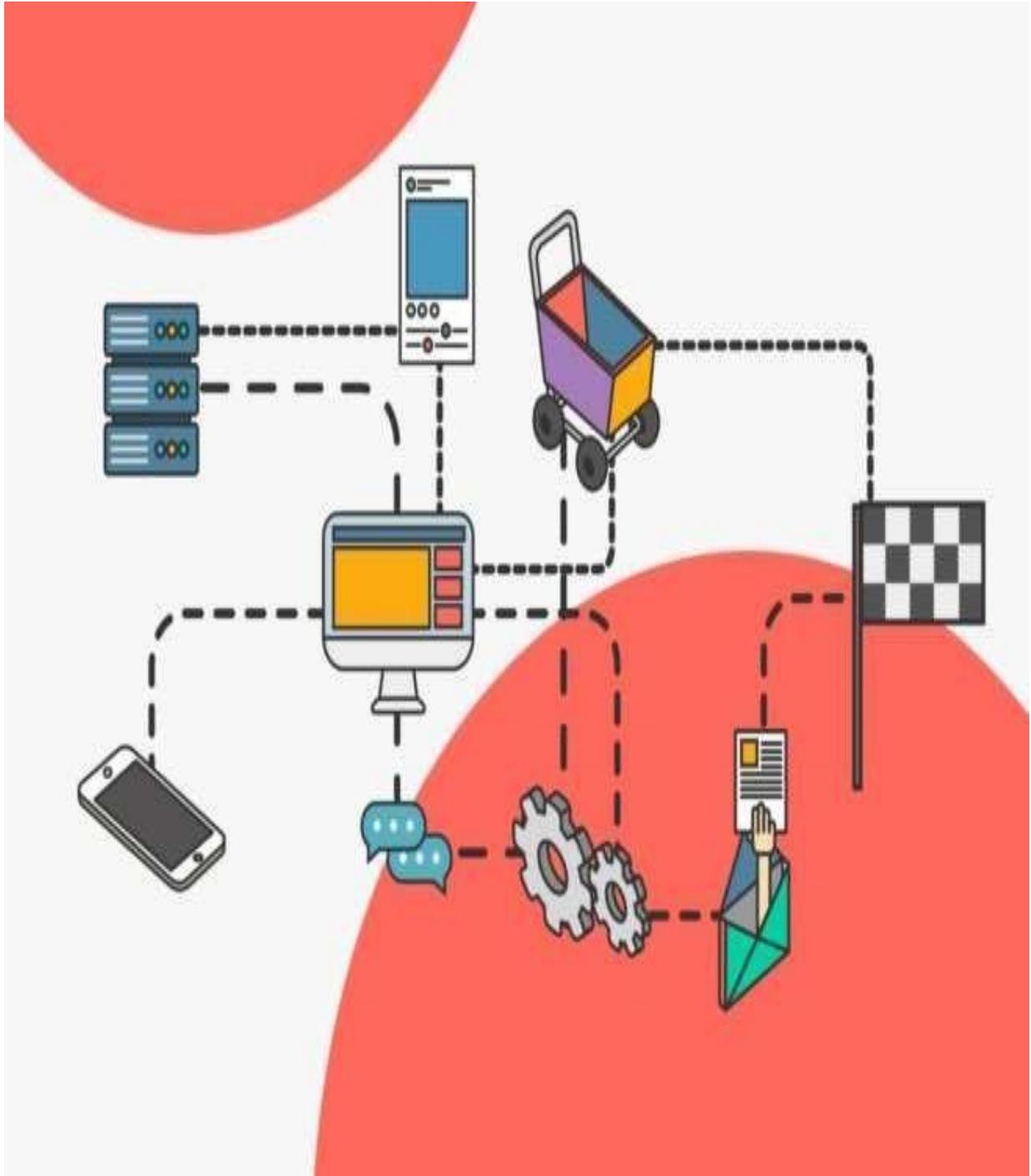
<https://ivancaifa94.wixsite.com/diplomado>

**SOMOS UNA EMPRESA CON EMPRENDIMIENTO SOCIAL, NUESTROS COLABORADORES SON POBLACIÓN CON CARACTERÍSTICAS ESPECIALES Y PRESTAN EL MEJOR SERVICIO DESDE SUS VIVIENDAS... CONTAMOS CONTIGO!!!**

Fuente: Autoría propia

## Ilustración 12.

*Proceso del servicio de Ecological Cleaning a través de la App.*



*Fuente:* <https://blog.phonehouse.es/>

### Ilustración 13.

*Proceso del servicio de domicilio de Ecological Cleaning.*



Fuente: Propuesta de negocio basado en el servicio de lavandería, denominada “Eco Clean”

**Ilustración 14.**

*Ubicación geográfica Ecological Cleaning.*



Fuente: Google maps.

**Ilustración 15.**

*Organigrama de Ecological Cleaning*



Fuente: Autoría propia

**Tabla 1.**

*Capacidad instalada*

<b>Conceptos</b>	<b>Unidad de medida</b>
Área	35 m2
% de espacio utilizado	30 m2

**Tabla 2.***Disponibilidad de insumos con stock de seguridad*

<b>Descripción</b>	<b>Semanal</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>	<b>Seguridad</b>
Detergentes	15	60	720	10
Suavizantes	8	32	384	5
Desmanchador	2	8	96	2
Perfumadores	1	4	48	0,5
Blanqueadores	1	4	48	0,5
Ganchos	50	200	2400	25
Empaque	1000	4000	48000	500

**Tabla 3.***Descripción de maquinaria y elementos operativos*

<b>Conceptos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>
Lavadoras Whirlpool 19kg	11	1.800.000	19.800.000
Secadoras Whirlpool 20 kg	11	1.900.000	20.900.000
Plancha industrial a vapor	1	1.200.000	1.200.000
Singer 84*25	23	4.900.000	41.900.000
Total			

**Tabla 4.***Características de los cargos*

---

<b>Recurso humano Ecological Cleaning</b>	
Cargo	Accionistas
Supervisa a	Gerente
Misión	Es la persona encargada de la fijación de objetivos, planeación, integración de recursos, organización y financiamiento de la Empresa.
Cargo	Gerente general
Área	Gerente general
Jefe inmediato	Accionistas
Supervisa a	Contador, marketing, asesor legal y administrador
Misión	Control de actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolución de asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades dadas por los accionistas, como es socio en el primer año no recibirá ingreso alguno por salario ya que la empresa hasta ahora está iniciando.
Cargo	Administrador
Área	Administrativa
Jefe inmediato	Gerente general

Supervisa a Contador, marketing, asesor legal y administrador

Misión Atención y ofrecimiento de los servicios de la aplicación móvil desde la sede de Ecological Cleaning de igual manera es él quien realiza las diferentes visitas a los puntos en domicilio de la ciudad que pueden contribuir al crecimiento de la empresa.

Cargo Asesor publicidad

Área Marketing

Jefe inmediato Gerente general

Misión Control de actividades comerciales de la Empresa, así como resolución de asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades dadas por los accionistas.

Cargo Asesor financiero

Área Financiera

Jefe inmediato Gerente general

Misión Control de actividades financieras de la Empresa, así como resolución de asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades dadas por los accionistas.

Cargo Operario, lavandera

Área Operativa

Jefe inmediato Administrador

Misión El personal operario o de prestación de servicios tiene la responsabilidad de entregar un servicio de calidad, que cumpla con los estándares de la empresa.

Cargo Domiciliario

Área Operativa

Jefe inmediato Administrador

Misión El personal chofer-repartidor tiene la responsabilidad del traslado de la ropa con una correcta coordinación del recojo y entrega de la misma con los clientes.

**Tabla 5.***Descripción de la proyección salarial mensual y anual*

<b>Proyección salarial recurso humano</b>				
<b>Cargo</b>	<b>Salario mensual x empleado</b>	<b>Salario mensual total</b>	<b>Salario anual x empleado</b>	<b>Salario anual Total</b>
Administración	1800000	1800000	21600000	21600000
Gerente general (1)	1200000	1200000	14400000	14400000
Marketing (1)	600000	600000	7200000	7200000
Operaciones	2300000	14800000	37200000	177600000
Asesor financiero (1)	500000	500000	6000000	6000000
Operario (6)	900000	5400000	10800000	64800000
Prestadores del servicio (10)	800000	8000000	9600000	96000000
Domiciliario (1)	900000	900000	10800000	10800000
Consultoría	300000	300000	3600000	3600000
Asesor legal (1)	300000	300000	3600000	3600000
Total	4400000	16900000	62400000	202800000

**Tabla 6.***Descripción de equipos de oficina*

<b>Conceptos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Computadora	1	2.800.000	2.800.000
Impresora Laser	1	2.300.000	2.300.000
Mesa Planchado	1	900.000	900.000
Sistema de Seguridad	1	1.850.000	1.850.000
Cámaras			
Silla de Recepción	1	250.000	250.000
Sillas Sala de Espera	2	150.000	300.000
Muebles	1	800.000	800.000
		<b>9.050.000</b>	<b>9.200.000</b>

**Tabla 7.**

*Descripción de gastos de procesos preoperativos*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Constitución de la empresa (Formulario de registro ante Cámara de Comercio)	3.600
Inscripción de libros	27.000
Acondicionamiento del local	4.000.000
<b>Total</b>	<b>4.030.600</b>

**Tabla 8.**

*Cálculo de la demanda*

<b>Población objetivo</b>	<b>15.082</b>
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	25%
<b>Total demanda potencial</b>	<b>3'016.400</b>

**Tabla 9.***Proyecciones de prendas lavadas por kilos*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Enero	640	740	863
Febrero	645	1230	1.353
Marzo	648	1233	1.356
Abril	650	1235	1.358
Mayo	648	1233	1.356
Junio	680	1265	1.388
Julio	700	1285	1.408
Agosto	690	1275	1.398
Septiem-	720	1305	1.428
Octubre	750	1335	1.458
Noviem-	760	1345	1.468
Diciembre	780	1365	1.488
<b>Total</b>	<b>8.311</b>	<b>14.846</b>	<b>16.322</b>

**Tabla 10.***Descripción de precios de venta de apertura*

<b>Descripción</b>	<b>Costo unitario</b>
Lavado y secado por kilo	12.000
Lavado de prendas delicadas por kilo	13.500
Lavado de cobijas por kilo	15.000
Lavado de cobijas ovejeras	20.000
Lavado de cobijas españolas	20.000
Lavado de edredones corrientes	15.000
Lavado de edredones cama doble y plumones	15.000
Lavado de ovejeros y peluches	20.000
Otros tipos de prendas	Por evaluar

**Tabla 11.***Proyecciones de lavado de prendas por kilos (mensual)*

<b>Descripción</b>	<b>Precio kg.</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
Lavado y secado por kg.	12.000	440	450	500	485	469	482	452	487	581	540	589	615
Lavado prendas delicadas por kg.	13.200	158	137	123	129	134	146	223	155	103	160	126	123
Lavado de ropa de cama por kg.	20.000	42	58	25	36	45	52	25	48	36	50	45	42
Total unidades vendidas		640	645	648	650	648	680	700	690	720	750	760	780

**Tabla 12.**

*Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)*

<b>Descripción</b>	<b>Precio kg.</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total anual</b>
Lavado y secado por kg.	12.000	528000	540000	600000	582000	562800	578400	542400	584400	697200	648000	706800	738000	730800
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	00
Lavado prendas delicadas por kg.	13.200	208560	180840	162360	170280	176880	192720	294360	204600	135960	211200	166320	162360	226644
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	00
Lavado de ropa de cama por kg.	20.000	840000	116000	500000	720000	900000	104000	500000	960000	720000	100000	900000	840000	100800
			0				0				0			00
Total mensual		820580	836859	812374	824296	829697	875139	886784	885020	905173	959221	963137	984376	10582440
		0	5	8	5	9	8	8	3	9	0	1	5	0

**Tabla 13.**

*Flujo de caja mensual de Ecological Cleaning*

	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
<b>Ingresos</b>						
Ventas	8.205.800	8.368.595	8.123.748	8.242.965	8.296.979	8.751.398
Total, Ingresos	8.500.000	8.925.000	9.371.250	9.839.800	10.331.790	10.848.380
<b>Egresos</b>						
Compra de						
materiales e in-	2.100.000	1.650.000	2.050.000	2.150.000	2.100.000	2.350.000
sumos						
Gastos Finan-						
cieros	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000
Gastos genera-						
les de opera-	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000
ción						
Otros Gastos	600.000	300.000	400.000	650.000	550.000	650.000
Total, de Egre-						
sos	7.600.000	6.850.000	7.350.000	7.700.000	7.550.000	7.900.000
Flujo mensual						
entre Ingresos	9.000.000	2.075.000	2.021.250	2.139.800	2.781.790	2.948.380
y Egresos						

**Tabla 14.**

<b>Rubro</b>	<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Activos fijos	Maquinaria y equipo	41.900.000
	Equipo de oficina	9.200.000
	Puntos salientes	10.000.000
Instalaciones y	Estudios de investigación	300.000
puesta en marcha	Adecuación del local o espacio de	4.000.000
	producción	
	Gastos legales de constitución	30.600
	Arriendo	1.000.000
	Sueldos	16.900.000
	Mercadeo	500.000
	Adecuación del local	4.000.000
Capital de trabajo		86.165.000
<b>Total</b>		<b>173.995.600</b>

**Tabla 15.**

<b>Fuente</b>	<b>Inversión en porcentaje</b>	<b>Monto</b>
Crédito bancario	50%	86.765.000
Capital social propio	50%	86.765.000
Total	100%	173.530.600