



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Super Clean: Limpiamos con pasión, brillamos con excelencia

Modalidad Trabajo de grado en Emprendimiento 1

Presentado por:

Mariana Castillo Ramos

Bogotá, D.C.

2024



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

SuperClean

Modalidad Trabajo de grado en Emprendimiento 1

Presentado por:

Mariana Castillo Ramos

Julián Esteban Gutiérrez Rodríguez

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2024

Agradecimientos

Quiero agradecerles a mis padres por el constante apoyo durante toda mi carrera universitaria, por creer en mí y apoyarme en el ámbito del emprendimiento y mundo laboral. Gracias a la Universidad del Rosario por ayudarme a formar como una profesional integral y llena de valores, Gracias a los profesores que me instruyeron en estos años y compañeros que conocí a lo largo de mi carrera.

Mariana Castillo Ramos

Dedicatoria

Dedicado a Tatiana Ramos mi madre que me ha apoyado desde el primer momento en mi vida universitaria, Gracias por creer en mí, por los esfuerzos que realizaste para que yo pudiera desempeñar con amor, alegría y dedicación mi carrera universitaria.

Gracias a Julián Mauricio Castillo mi padre, el creador de SuperClean una empresa llena de futuro, innovación y amor, este proyecto ira más de lo universitario y seguiré ayudando a crecer este proyecto con el mismo amor que lo has hecho tu.

Mariana Castillo Ramos

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título SuperClean en la opción de grado en emprendimiento y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Mariana Castillo Ramos

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Mariana Castillo Ramos

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	10
ÍNDICE DE TABLAS	12
Resumen.....	13
Palabras clave.....	14
Abstract.....	15
Keywords	16
1. INTRODUCCIÓN	17
1.1 Justificación.....	17
1.2 Objetivos de investigación.	17
1.3 Objetivo general.	18
1.4 Objetivos específicos.....	18
2. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD PARA EMPRENDER.....	19
2.1 Origen de la idea	19
2.2 Descripción del problema.....	20
3. MODELO DE NEGOCIO	21
3.1 Propuesta de valor	21
3.2 Características de producto o servicio (Lienzo propuesta de valor)	24
3.3 Segmento de cliente	25
3.4 Descripción del buyer persona	29
3.5 Hallazgos y validaciones del problema con el usuario	32
3.6 Alternativas de solución y criterios de selección	38
4. ANÁLISIS SECTORIAL	40
4.1 Mapa del entorno.....	40
4.2 Mapa de competidores	41

5. PROTOTIPO INICIAL.....	44
5.1 Hipótesis.....	46
5.1.1 Hipótesis de deseabilidad	46
5.1.2 Hipótesis de factibilidad	48
5.1.3 Hipótesis de Viabilidad	49
5.2 Mockup de producto o servicio	50
5.3 Blueprint para validación de mockup y problema con el usuario	51
5.4 Medición y resultados	55
6. MODELO DE NEGOCIO AMPLIADO	56
6.1 Business model CANVAS	56
6.2 Verbalización modelo de negocio	57
6.3 Matriz DOFA	59
6.3.1 Análisis interno.....	60
7. VALIDACIÓN COMERCIAL.....	68
7.1 Construcción de marca	68
7.2 Meta de ventas.....	69
7.2.1 Pronóstico de ventas mensual.....	70
7.3 Número de nuevos clientes y ticket promedio actual.....	70
8. ESTRATEGIA DE MARKETING.....	71
8.1 Definición TAM – SAM – SOM	71
8.2 Funnel de ventas y actividades comerciales.....	72
8.3 Lanzamiento	74
8.4 Presupuesto de marketing.....	76
9. ASPECTOS LEGALES.....	76
9.1. Riesgos jurídicos y tributarios.....	76
9.2. Planeación legal.....	78
9.3. Registro y formalización	78

10. RENTABILIDAD.....	79
10.1. Margen de contribución por producto o servicio	79
10.2. Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto	84
11. Anexos	85
12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Figura 1 Curva de valor. 22
2. Figura 2 Lienzo de propuesta de valor. 24
3. Figura 3 Buyer persona 1 29
4. Figura 4 Mapa de Empatía 1 30
5. Figura 5 Buyer persona 2 31
6. Figura 6 Mapa de empatía 2 31
7. Figura 7 Pregunta Edad 33
8. Figura 8 Pregunta interés 34
9. Figura 9 Pregunta beneficios 34
10. Figura 10 Pregunta agendamiento 35
11. Figura 11 Pregunta Jabones 35
12. Figura 12 Pregunta valor lavado 36
13. Figura 13 Mapa del entorno. 40
14. Figura 14 Mapa de competidores 42
15. Figura 15 Curva de valor 44
16. Figura 16 Ejes Modelo de negocio 45
17. Figura 17 Mínimo producto viable 46
18. Figura 18 Boceto inicios 51
19. Figura 19 Instagram 52
20. Figura 20 Redes Hoy 53
21. Figura 21 Redes Hoy 2. 54
22. Figura 22 Redes Hoy 3. 54
23. Figura 23 Redes Hoy 4 55

24. Figura 24 Redes Hoy 5. 55
25. Figura 25 TikTok proyectado 57
26. Figura 26 Modelo CANVAS 58
27. Figura 27 Matriz DOFA. 60
28. Figura 28 Analisis del entorno. 67
29. Figura 29 Colores y logo SuperClean. 70
30. Figura 30 TAM SAM SOM. 72
31. Figura 31 Basic sales funnel. 74
32. Figura 32 Lavado sofá. 82
33. Figura 33 Lavado Colchón 83
34. Figura 34 Lavado Tapete. 83
35. Figura 35 Lavado Carro. 83
36. Figura 36 Costos fijos. 84
37. Figura 37 Gastos fijos 85
38. Figura 38 Resumen Financiero 85
39. Figura 39 Punto de equilibrio mensual 86
40. Figura 40 Punto de equilibrio anual. 86
41. Anexos de pago. 87

ÍNDICE DE TABLAS

1. Tabla verbalización modelo de negocio.	58
--	----

Resumen

SuperClean es un emprendimiento pensado para resolver el problema de limpieza de muebles, tapetes y carros gastando mucha agua y tiempo en secar , usando a su vez jabones amigables con el medio ambiente, fue creado en marzo del 2020 teniendo a nuestro favor las ganas de mantener los espacios sin gérmenes en la época COVID, viendo la falta de practicidad en esta acción y la falta de empresas que brindan esta solución se vio la viabilidad del desarrollo de este servicio, se pensó en una solución con lavado a vapor gastando así menos agua y secado rápido. La inversión fue de 20´000.000 estos distribuidos en máquinas, publicidad, dotación y demás. Las dos líneas que se prestan son hogar y vehicular, se pensó en conservar el valioso tiempo de las personas para realizar ciertas tareas del hogar, además se encontró que tener muebles y carro limpios en tu hogar ayudan a prevenir ácaros alergias y demás. Estamos en Bogotá y realizamos el servicio alrededores. El objetivo planteado es cuidar el agua que se gasta en los lavados de muebles y carros convencionales además tiempo de las personas realizándolo mediante el lavado a vapor con máquinas a vapor y mano de obra capacitada. Los canales de distribución son Instagram, WhatsApp y Voz a Voz mediante estos se realizan las cotizaciones y agendamiento de citas para realizar el servicio. El servicio se puede prestar todo el año sin importar fechas o eventos comerciales. Las ventas son relativas teniendo en cuenta la necesidad del usuario en su hogar, los objetivos de crecimiento y mejoría son implementar nuevas estrategias de redes como ingresar a la plataforma Tik Tok, empezar a pagar publicidad en Instagram para así aumentar la adquisición de nuestros servicios y también organizar financieramente la empresa para futuras inversiones y crecimiento organizado, a largo plazo el objetivo principal es seguir adquiriendo maquinas cada vez más modernas para prestar mejor servicio, crecer nuestra red de clientes y aumentar nuestra entrada económica .

Palabras clave

Limpieza, vapor, secado, rápido, tiempo, maquinas, clientes, mercado, redes sociales, lavado, hogar, vehículo, problema.

Abstract

Super Clean is a venture designed to solve the problem of cleaning furniture, rugs and cars, spending a lot of water and time to dry, using environmentally friendly soaps. It was created in March 2020 with the desire to maintain. Seeing the lack of practicality in this action and the lack of companies that provide this solution, we saw the development of this service viable, we thought of a solution with steam cleaning, thus spending less water and drying faster. The investment was 20,000,000 distributed in machines, advertising, endowment, and others. The two lines that are provided are home and vehicle, we think about conserving people's valuable time to perform certain household tasks, we also find that having clean furniture and cars in your home help prevent mites, allergies, and others. We are in Bogotá, and we also carry out the service to its surroundings. The stated objective is to take care of the water that is spent in washing furniture and conventional cars, in addition to the time of people doing it through steam washing with steam machines and trained labor. The distribution channels are Instagram, WhatsApp, and Voice to Voice, through which the quotes and scheduling of appointments are made to perform the service. The service can be provided throughout the year regardless of dates or commercial events. Sales are relative taking into account the user's need at home, growth and improvement objectives are to implement new network strategies such as entering the tik Tok platform, start paying for advertising on Instagram in order to increase the acquisition of our services and also to financially organize the company for future investments and organized growth, in the long term the main objective is to continue acquiring more and more modern machines to provide better service, grow our customer network and increase our economic income.

Keywords

Cleaning, steam, drying, fast, time, machines, clients, market, social networks, washing, home, vehicle, problem.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación.

El motivo de la realización de este trabajo es con el fin consolidar SuperClean y que migre de ser un emprendimiento a una empresa consolidada, además se quiere mostrar las ventas, su comportamiento en redes y un análisis más detallado, esto lo vemos posible gracias a la acogida de las personas y desempeño desde su creación, además buscamos como diferenciarnos de la competencia y cual será nuestra propuesta de valor en el mercado, SuperClean es una empresa creada hace 3 años con el propósito de mejorar el sistema de limpieza convencional de muebles y vehículos con soluciones más amigables con el medio ambiente gracias a máquinas a vapor que usan menos agua y jabones biodegradables que ayudan al cumplimiento de este propósito, la empresa ha tenido un crecimiento positivo en los últimos años abarcando un mercado nuevo que busca más productividad en tiempo realizando el servicio de limpieza y por medio de productos amigables ayudar al medio ambiente. Las oportunidades de mejora se lograrán principalmente por medio de redes sociales e inversiones en maquinaria para así mismo aumentar los ingresos y reconocimiento de la marca.

1.2 Objetivos de investigación.

Demostrar la importancia de implementar procesos más eficientes y amigables para el medio ambiente a la hora de limpieza del hogar y vehículo por medio de limpieza con máquinas a vapor y jabones ecológicos, procesos que se agendan eficientemente por redes sociales y llegan a la comodidad de tu hogar.

1.3 Objetivo general.

Desarrollar una nueva estrategia publicitaria, analizar la actividad financiera de los últimos meses con el fin de considerar decisiones futuras para la empresa como la consolidación, con esto se pretende demostrar la importancia de implementar nuestros servicios para así mismo sumar a soluciones más sostenibles a la hora de limpieza en su vehículo y hogar.

1.4 Objetivos específicos.

- Justificar la importancia de implementar soluciones de limpieza sostenibles en el hogar.
- Demostrar la importancia de la implementación de un plan digital para crecimiento en redes sociales especialmente Tik tok
- Analizar la importancia de la consolidación de la empresa legalmente
- Estudiar las ventas de los últimos 6 mese con el fin de tomar decisiones de consolidación, inversiones, etc.
- Evaluar la nueva competencia en el mercado, estrategias de adaptación en este y buscar una propuesta de valor fuerte.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD PARA EMPRENDER.

2.1 Origen de la idea

Durante el año 2020 el emprendedor Julián Castillo conoció las máquinas alemanas marca KARCHER las cuales desempeñaban la limpieza de una manera muy eficaz por medio de vapor a su vez reduciendo el gasto de agua y evitando los muebles mojados días después del proceso de limpieza, empezando a investigar nos dimos cuenta la gran oportunidad de negocio ya que no se conocía ninguna empresa que realizara estos procesos como se llegó a pensar.

Después se empezó a hacer una investigación del uso de las maquinas que se necesitaban para poder desempeñar el proceso en cualquier hogar, se realizó un comparativo de gasto de agua haciéndolo convencionalmente así dándonos cuenta de la diferencia en cuanto ahorro con el nuevo proceso que se empezaría a implementar, asimismo se preguntó qué jabón o producto se podía usar para seguir con la misión de ser una empresa sostenible encontrando que de la misma marca Kartcher y Dapac Cumplían con la idea inicial de cuidado del medio ambiente ya que son Biodegradables y no generan impacto negativo a nuestro planeta.

El proceso necesita un removedor, jabón desengrasante y agua para la vaporera, así que se empezó con las maquinas a probarlas, capacitarse en su uso y seguido se desarrolló la creación de nombre y logo para empezar a operar en redes sociales y generar reconocimiento de marca. Al empezar a operar cuentan con una gran acogida de las personas y la empresa empezó a crecer exponencialmente.

2.2 Descripción del problema

Hoy en día la industria de la limpieza en nuestro país se ve enfrentada a una prueba en la cual se deben empezar a cambiar las prácticas de limpieza en automóvil y hogar cotidianas a unas sostenibles y amigables con el medio ambiente. La situación es especialmente crítica en Colombia, donde los problemas de escasez y contaminación del agua agravan aún más los desafíos que enfrentamos.

Nos dimos cuenta de que en el mercado existen varias empresas que ofrecen estas prácticas de limpieza a vapor, y tenemos que evaluar qué nos puede ayudar a seguir siendo competitivos en el mercado sin involucrar la sostenibilidad como valor de nuestra empresa. Otro problema por tratar es que la limpieza de estos artículos siempre es superficial más no interna, resultando en un lavado no 100% efectivo. Podría ocurrir que, al realizar limpiezas de la manera tradicional, una gran cantidad de agua se quede en el interior de estos elementos, causando la aparición y desarrollo de nuevos gérmenes, bacterias y ácaros, afectando directamente la salud de los integrantes del hogar.

En Colombia, la escasez de agua es un problema serio. El acceso al agua potable se ve limitado en muchas regiones, y el uso excesivo de agua en las prácticas de limpieza tradicionales contribuye a esta problemática. Además, la contaminación del agua debido a productos de limpieza químicos no solo afecta la calidad del agua, sino que también tiene un impacto negativo en la vida acuática y en la salud de las comunidades que dependen de estas fuentes de agua. La falta de agua limpia es un desafío constante que exige soluciones innovadoras y sostenibles.

Adicionalmente, es demasiado importante crear conciencia en cuanto a lo vital que es ejercer la práctica de lavado a vapor en el hogar, ya que, por higiene y salud, nuestras máquinas al tratar con vapor a altas temperaturas ayudan a la eliminación de microorganismos patógenos y así contribuimos a reducir enfermedades e infecciones. Al ser conscientes de todo esto que se va acumulando con el pasar del tiempo, nos damos cuenta de que nuestro lugar de descanso puede ser una cuna de gérmenes y bacterias, lo cual puede empezar a afectar a nuestra salud.

La industria debe adaptarse a estas realidades cambiantes, promoviendo soluciones de limpieza que sean eficaces y sostenibles. La implementación de tecnologías de limpieza a vapor no solo ofrece una limpieza más profunda y eficiente, sino que también reduce el consumo de agua y la dependencia de productos químicos perjudiciales. Al hacerlo, no solo mejoramos la salud y el bienestar de los hogares, sino que también contribuimos a la protección y preservación de nuestros recursos hídricos.

3. MODELO DE NEGOCIO

3.1 Propuesta de valor

Competencia Directa, Como competencia directa logramos identificar empresas las cuales operan en Bogotá, ofrecen servicios similares como lavado a vapor de muebles,

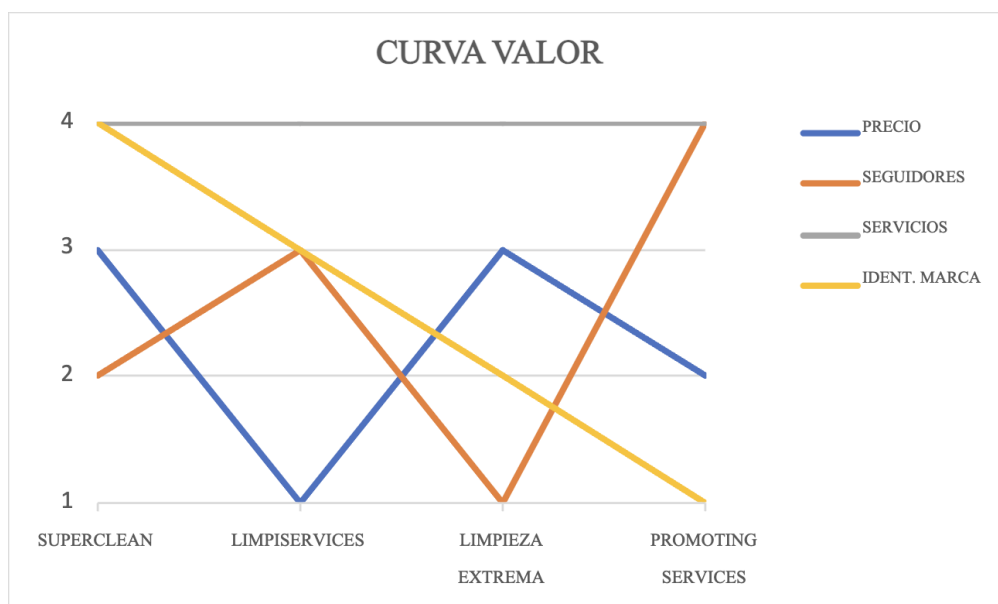
colchones, alfombras y carros. Usando así mismo las maquinas marca Kartcher. Son empresas que operan por redes sociales y están en crecimiento así mismo como nosotros.

- Limpiservi
- Promotingservicesoficial
- Limpieza_extrema.bogota

Criterios para comparar

- Comportamiento en redes
- Identidad de marca
- Ubicación
- Precios
- Maquinas
- Jabones

Figura 1 Curva de valor



Fuente: Elaboración propia

En SuperClean el proposito principal es aumentar la conciencia de prácticas más amigables con el medio ambiente a la hora de realizar tareas del hogar, con nuestra empresa se genera una reducción en gran cantidad del gasto exagerado del agua a la hora de limpiar ya sea los muebles y tapetes del hogar, también el automóvil en su interior, así mismo eliminamos la contaminación que causan los jabones convencionales ya que en superclean todos los productos a usar son 100% biodegradables y no generan daños al planeta. Nosotros como empresa SuperClean creamos una solución a las personas de nuestro alrededor la cual es brindarles un servicio de limpieza a domicilio en la comodidad de su hogar sin tenerse que desplazar ellos o sus muebles.

Contamos con una identidad de marca muy marcada en cuanto a nuestro desempeño en redes sociales con colores de marca, tipografía, uniformes y contenido diariamente para nuestros clientes. Nos encontramos en la red social Instagram con una comunicación directa para cotizaciones a WhatsApp.

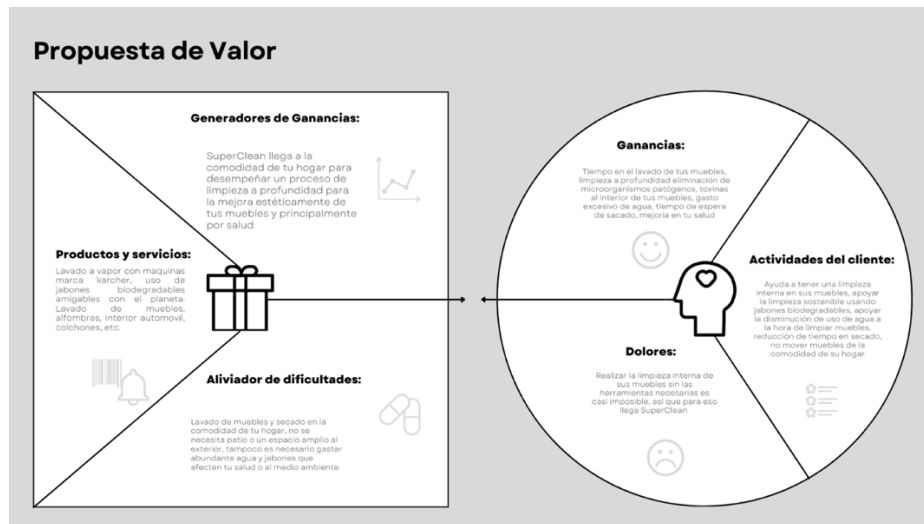
Nos encargamos de mostrar la importancia de realizar estas prácticas en tu hogar, haciendo énfasis a salud, higiene, estética y salud mental al ver tu hogar limpio y agradable. También muebles u olores que pensaste que no se irían nosotros podemos hacer que estos no existan más. Es importante para SuperClean mostrar que maquinas usan para la tranquilidad de sus clientes, ya que pueden garantizar calidad en sus servicios. En SuperClean garantizamos un servicio excelente con personal capacitado para brindar un mejor aspecto y limpieza a tus muebles y demás.

3.2 Características de producto o servicio (Lienzo propuesta de valor)

Al realizar el lienzo de propuesta de valor y hablar con muchas personas acerca de cuáles son las necesidades y lo que esperan a la hora de agendar un servicio de limpieza en su hogar, pudimos identificar cierta cantidad de componentes que se repetían en distintas personas. Cómo se evidencia en el lienzo lo que principalmente quiere conseguir el cliente es un servicio efectivo, eficiente a la hora de gasto de agua, en la comodidad de su hogar, a un buen precio, facilidad a la hora de contacto y con personal capacitado. Por otro lado, identificamos que las personas buscan facilidad de contacto, cotización y agendamiento ya que se necesita buscar una fecha cita y hora que sea de utilidad para el cliente.

A través de SuperClean una empresa de limpieza a vapor ubicada en la ciudad de Bogotá, Colombia. Ofrecen servicio de lavado de colchones, muebles, tapetes y automóviles, este servicio es realizado con productos biodegradables y amigables con el medio ambiente, usan maquinas Alemanas marca Karcher, además contamos con personal capacitado para la realización del servicio y un equipo de redes sociales para mostrar los procesos que se ejecutan, se hace más fácil el contacto para la cotización y agendamiento de citas, tenemos una experiencia de 4 años en el mercado y garantizamos un cambio interior y exterior en sus muebles esto ayudando a que pueda gozar de una mejor salud y entorno en su hogar. Poseen un impacto positivo en el medio ambiente con nuestras practicas con proposito sostenible.

Figura 2. Lienzo de propuesta de valor



Fuente: Adaptado de (Pablo R. Benítez, s. f.)

3.3 Segmento de cliente

- **Demográficas:** Personas encargadas de las labores de limpieza de su hogar que quieran buscar alternativas de limpieza por medio de redes sociales, especialmente Instagram. Estas personas están interesadas en realizar estas actividades de una manera que no afecte negativamente al planeta Tierra. Se trata de individuos que poseen muebles, alfombras y colchones en casa y buscan métodos ecológicos y eficientes para mantenerlos limpios. otra línea de personas interesadas es aquellas que tienen automóviles y desean mantener el interior de sus vehículos impecable. Buscan soluciones y productos que no solo sean efectivos, sino también respetuosos con el medio ambiente, encontrando en las redes sociales una fuente de inspiración e información para lograrlo.

- **Geográficas:** Personas que vivan en la ciudad de Bogotá, Colombia, así como aquellas que residan en las afueras de la ciudad, en localidades o municipios cercanos con un tiempo de desplazamiento no mayor a media hora desde el perímetro urbano de Bogotá. Estas personas pueden disfrutar de la cercanía y las ventajas de la ciudad, mientras viven en áreas que permiten un acceso rápido y conveniente a la capital. Esto incluye a individuos que, por razones de trabajo, estudio o actividades personales, necesitan desplazarse regularmente hacia y desde Bogotá, beneficiándose de la proximidad sin estar inmersos en el bullicio urbano constante.
- **Psicográficas:** Nuestros clientes son personas profundamente interesadas en su bienestar y en el cuidado de su hogar, valorando tanto la estética como la funcionalidad de sus espacios. Pertenecen a estratos socioeconómicos medios y altos, lo que les permite invertir en servicios y productos de calidad. Estas personas consideran que el mantenimiento y la limpieza interna de sus muebles, incluyendo sofás, alfombras y colchones, son actividades esenciales que deben realizarse con regularidad para asegurar un ambiente saludable y confortable en sus hogares. nuestros clientes están comprometidos con prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente. Creen firmemente en la importancia de llevar a cabo estas tareas de mantenimiento con una conciencia ecológica, utilizando métodos y productos que minimicen el impacto ambiental. Esta combinación de preocupación por el bienestar personal y el compromiso con la sostenibilidad define a nuestros clientes como individuos que buscan equilibrar el confort y la calidad de vida con la responsabilidad hacia el planeta.
- **Conductuales:** Personas que pasan una gran parte de su tiempo en redes sociales, lo que les permite estar constantemente conectadas e informadas. De esta manera, pueden recibir la publicidad de nuestros productos de manera eficaz y oportuna. Estas

personas no solo usan las redes sociales para entretenimiento, sino que también las consideran una fuente valiosa de información y recomendaciones. Además, están en la búsqueda activa de alternativas de limpieza innovadoras a través de estas plataformas. Son individuos que confían en la opinión de sus pares y en las tendencias digitales para descubrir nuevas soluciones que mejoren su calidad de vida y el mantenimiento de sus hogares. Su presencia frecuente en redes sociales facilita que se mantengan al tanto de las últimas novedades y productos disponibles en el mercado. Al estar interesados en métodos de limpieza modernos y efectivos, se muestran receptivos a anuncios y contenidos que les ofrezcan productos ecológicos, eficientes y fáciles de usar.

- TAM: Todas las personas que residen en la ciudad de Bogotá, pertenecientes a estratos socioeconómicos medios y altos, y que poseen muebles, alfombras o automóviles en sus hogares. Estas personas valoran el cuidado y mantenimiento de sus bienes, buscando asegurar su durabilidad y aspecto estético. Al estar ubicados en una ciudad tan dinámica y moderna como Bogotá, tienen acceso a una amplia gama de productos y servicios que les ayudan a mantener sus espacios y vehículos en óptimas condiciones. Estos individuos también tienden a estar informados sobre las últimas tendencias y mejores prácticas en cuanto a limpieza y mantenimiento, demostrando un interés particular en soluciones que no solo sean efectivas, sino también respetuosas con el medio ambiente. Además, al pertenecer a estratos medio y alto, disponen de los recursos necesarios para invertir en productos y servicios de alta calidad que satisfagan sus expectativas y necesidades específicas en el cuidado de sus hogares y automóviles.

- **SAM:** Personas interesadas en el lavado de muebles en la ciudad de Bogotá y sus alrededores. Este grupo incluye a individuos que valoran la limpieza y el mantenimiento de sus hogares, entendiendo la importancia de tener muebles en óptimas condiciones tanto por razones estéticas como de salud. Estos individuos buscan servicios profesionales de limpieza que garanticen la eliminación de suciedad, manchas y alérgenos, contribuyendo así a un ambiente más higiénico y comfortable. abarca a personas que residen no solo dentro de la ciudad de Bogotá, sino también en las áreas circundantes y municipios cercanos que forman parte de su zona metropolitana. Estas personas están dispuestas a invertir en servicios de lavado de muebles de alta calidad, y valoran la conveniencia y eficacia de contar con opciones cercanas que les permitan mantener sus muebles en perfecto estado sin tener que desplazarse grandes distancias. En resumen, son personas que, independientemente de si viven en el corazón de la ciudad o en sus alrededores, tienen un fuerte interés en mantener sus muebles limpios y bien cuidados.
- **SOM:** Personas presentes en redes sociales y plataformas digitales que muestran un genuino interés en el lavado a vapor, específicamente en la ciudad de Bogotá. Este grupo incluye a individuos que valoran métodos de limpieza eficientes y sostenibles para mantener sus espacios y pertenencias en óptimas condiciones. Estas personas buscan activamente información sobre las ventajas del lavado a vapor, como su capacidad para eliminar eficazmente gérmenes, bacterias y alérgenos sin necesidad de productos químicos agresivos estos están comprometidos con prácticas de limpieza que minimicen el impacto ambiental y promuevan un estilo de vida más saludable. La ciudad de Bogotá, siendo un centro urbano vibrante y dinámico, proporciona un contexto ideal para la adopción de nuevas tecnologías y métodos de limpieza avanzados como el lavado a vapor. Estas personas, al estar conectadas en redes

sociales, están abiertas a descubrir y compartir recomendaciones sobre servicios y equipos especializados que les permitan lograr resultados excepcionales en la limpieza de sus hogares y pertenencias.

3.4 Descripción del buyer persona

Después de analizar los posibles perfiles de clientes en el mercado, siguiendo características tendencias presencia en redes, edades, ingresos y demás, hemos decidido tener dos buyer persona, uno que hace parte de Redes Completamente, nos conoció a través de ellas nos contactó por ahí y procedimos a realizar el servicio, el segundo sería por parte de una recomendación voz a voz a una persona que le interesa limpiar sus muebles de esta manera pero no cuenta con redes sociales y es de una edad avanzada.

Figura 3 Buyer persona 1



Fuente: Elaboración propia 2023

Figura 4, Mapa de Empatía 1

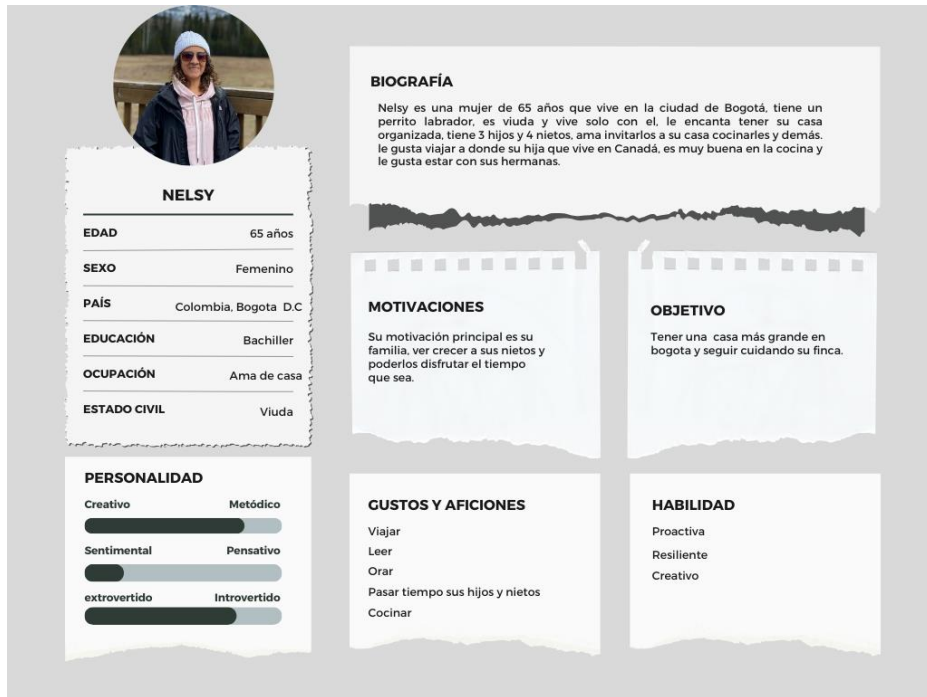
Mapa de Empatía



Fuente: Elaboración propia

El primer Buyer Persona es Juan Manuel Ardila un Médico especializado en Cirugía capilar, que vive entre la Ciudad de Neiva y Bogotá, tiene 41 años, es casado, tiene una niña de 4 años, Juan Manuela es un fiel cliente de superclean ya que con su niña pequeña ha tenido accidentes en la cama como también en el automóvil, él nos conoció por medio de redes sociales. Juan Manuel gana alrededor de 30'000,000 COP al mes. Por eso nos ha llamado también muchas veces.

Figura 5, Buyer persona 2



Fuente: Elaboración propia 2023

Figura 6, Mapa de empatía 2



Fuente: Elaboración propia 2023

Nelsy es nuestro Buyer persona de voz a voz, ella es una mujer de 65 años de la ciudad de Bogotá, que vive en el barrio mazuren, es viuda y vive con su perrito, tiene una finca y se la pasa en los dos lugares, ama tener sus espacios limpios, ama cocinar para sus hijos y nietos, es pensionada recibe 3'000,000 COP y viaja una vez al año a Canadá con su hija, uno de sus hijos le comento el servicio de SuperClean y por medio del agendo la cita para realizar todo el proceso, después de eso quedo muy contenta y empezó a referirnos con sus familiares.

3.5 Hallazgos y validaciones del problema con el usuario

Se realizo una investigación de carácter cuantitativo y cualitativo, para captar la opinión e información de personas de diferentes rangos de edad (entre los 18 y más de 66 años), con el fin de identificar la apreciación del publico ante los temas de limpieza a vapor, sus beneficios, precios y sus comentarios de retroalimentación para mejora en nuestra empresa

Para la validación encontraremos preguntas demográficas, específicas de la actividad que desempeñamos, otras dirigidas a precio y propuesta de valor de SuperClean y por último su opinión, comentario o sugerencia.

Después se adjuntan las preguntas a los participantes de la encuesta, con la que validaremos su opinión y comportamiento mediante sus respuestas.

1. ¿Qué edad tienes?
2. ¿Le llama la atención adquirir servicios de lavado de muebles a vapor?
3. ¿Sabe usted los beneficios que tiene en cuanto a la mejoría en salud?
4. ¿Le parece fácil agendar el servicio por WhatsApp o prefiere otros medios?

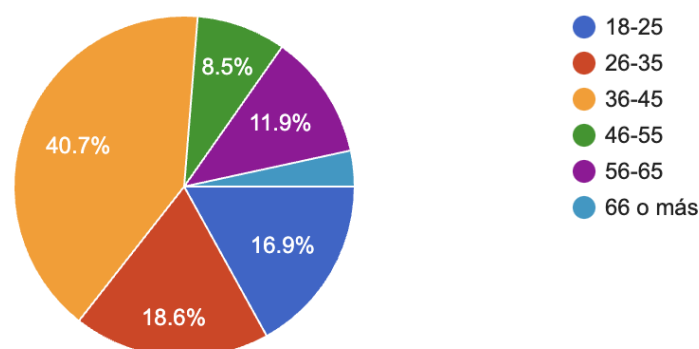
5. ¿Para usted es importante que se usen jabones amigables con el medio ambiente?
6. Estaría usted dispuesto a pagar 150.000COP por lavar con máquinas a vapor de primera calidad, jabones biodegradables y personal especializado un colchón de cama doble?
7. ¿Tiene usted algún comentario constructivo para nuestra empresa?

- Resultados y análisis de la encuesta

Figura 7, Pregunta Edad

¿Qué edad tienes?

59 respuestas



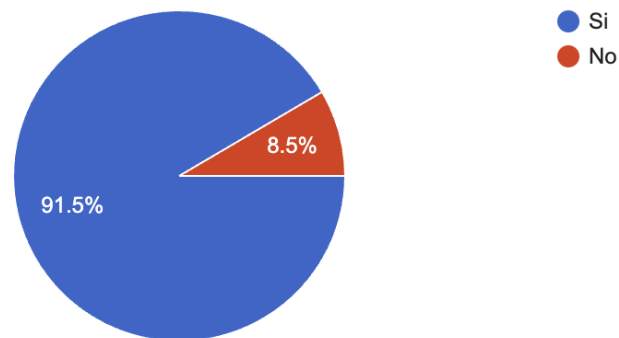
Fuente: Elaboración propia

En la primera pregunta podemos evidenciar que se encuentran personas de todos los rangos de las edades, esto es debido a que desde temprana edad hay personas que viven solas y pueden llegar a necesitar nuestros servicios, evidenciamos que nuestro público más grande son personas de 36 a 45 años, haciendo una hipótesis creemos que a esta edad la mayoría de personas cuentan con un espacio de vivienda en la cual ellos son responsables, pero al ver la presencia de todas las edades vemos una oportunidad gigante de negocio.

Figura 8, Pregunta interés

¿Le llama la atención adquirir servicios de lavado de muebles a vapor?

59 respuestas



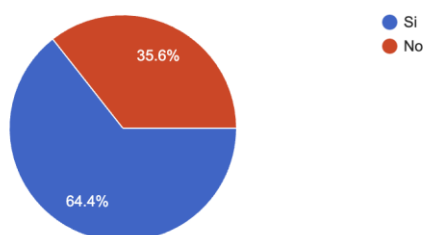
Fuente: Elaboración propia

Con la segunda pregunta vemos un interés de 91,5% entre las personas encuestadas por lavar sus muebles con mecanismos de máquinas a vapor, esto siendo totalmente favorable para nuestra empresa SuperClean.

Figura 9, Pregunta beneficios

¿Sabe usted los beneficios que tiene en cuanto a la mejoría en salud?

59 respuestas

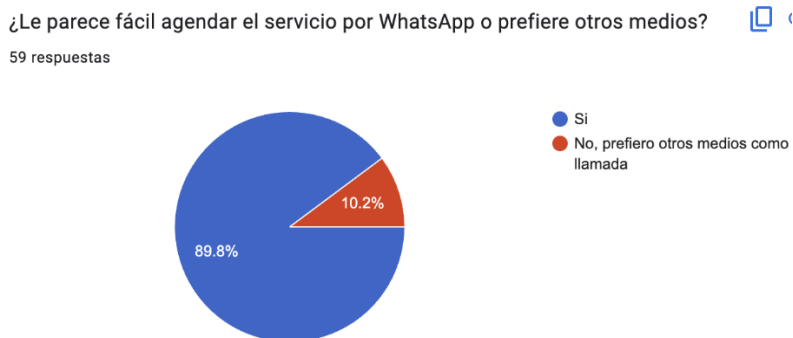


Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta vemos una oportunidad gigante para contenido en redes, publicidad y hasta propuesta de valor, ya que este tipo de limpieza representa una cantidad amplia de

beneficios en la salud de las personas y haciendo énfasis en los beneficios y propiedades podemos encender el interés de clientes y futuros clientes.

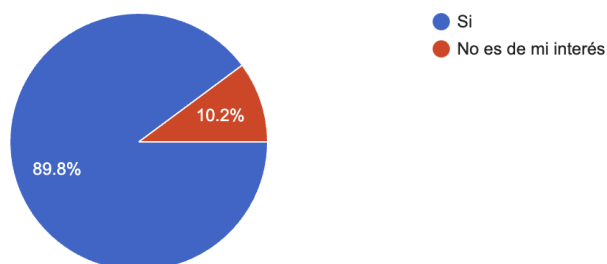
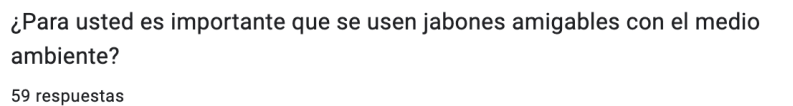
Figura 10, Pregunta agendamiento



Fuente: Elaboración propia

En la cuarta pregunta vemos que el modo en el que opera la empresa es positivo y fácil de manejar para nuestros clientes ya que el 89,8% están satisfechos con el agendamiento vía WhatsApp, pero también vemos ese 10,2% que le gusta agendar por llamada u otros medios, así que como empresa nos vemos en la obligación de atender estos dos tipos de clientes.

Figura 11, Pregunta Jabones



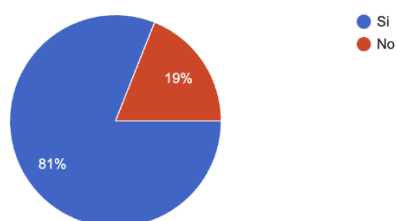
Fuente: Elaboración propia

En la quinta pregunta que habla que tan importante es el uso de jabones biodegradables nos encontramos con los mismos resultados de la pregunta de arriba, es demasiado importante para la mayoría de nuestros clientes (89,8%) aquí también vemos una oportunidad para publicidad en redes, haciendo una comparación en la cantidad de contaminación que tiene un jabón convencional a uno biodegradable puede ser también positivo para nuestra propuesta de valor, y para ese 10,2% podemos verlo como una oportunidad de mostrar la importancia de migrar a prácticas más sostenibles.

Figura 12, Pregunta valor lavado

Estaría usted dispuesto a pagar 150.000COP por lavar con máquinas a vapor de primera calidad, jabones biodegradables y personal especializado un colchón de cama doble?


58 respuestas



Fuente: Elaboración propia

En la última pregunta cerrada preguntamos si les parecía justo nuestros precios por el servicio de limpieza a vapor, con jabones biodegradables y a domicilio, la respuesta fue demasiado gratificante ya que el 81% está de acuerdo con los precios que tenemos actualmente en SuperClean.

La última pregunta fue abierta ya que quisimos que los clientes se expresaran abiertamente sobre nuestra marca, servicio, comentarios de crecimiento, mejora y demás. A este obtuvimos 16 respuestas que serán mostradas a continuación.

- Super clean es lo máximo
 - No por ahora
 - Es una muy buena empresa
 - Excelente servicio y personal responsable
 - Excelntrservicio
 - Excelente servicio 
 - Ño
 - Deberían tener mas publicidad
 -
 - Son los mejores! Abran servicio en Neiva!
 - Contextualizar más sobre el secado en que % queda seco y que máquinas usan para lavar que no dañan los muebles etc. Alguna vez contraté y el cepillo era muy fuerte y debilitó la tela y otros los moteo
 - Son los mejores, los he utilizado, varias veces y hemos quedado, súper satisfechos, la calidad del trabajo, la cordialidad de sus empleados, el profesionalismo, con que ejecutan su trabajo, realmente , serán los únicos que seguiré utilizando. Soy un cliente muy satisfecho, además sus precios son , muy razonables, Rosa C
- Excelente y confiable
- “Excelente servicio y compromiso!”
- Me encanta su atención y disponibilidad para agendar rápido. Son muy puntuales y amables
- Es bueno que tengan un enfoque de limpieza general, no solamente muebles.

Fuente: Encuestas de elaboración propia

Análisis de la investigación, teniendo en cuenta los resultados arrojados en las preguntas cerradas y la última pregunta abierta podemos concluir que la empresa va en un muy buen camino, esto es importante para su consolidación legal, vemos oportunidad de ideas para redes sociales en temas de sostenibilidad y salud. Vemos lo amplio que es nuestro negocio en cuanto edades así que debemos aprovechar al máximo para acogerlos a todos.

3.6 Alternativas de solución y criterios de selección

Alternativas de solución:

- **Procesos:** Gracias a las encuestas analizamos que para los clientes es de gran importancia conocer específicamente el proceso que se realizara en sus muebles, para ellos es valioso el conocer qué tipo de máquinas serán usadas, tiempo del proceso y demás, así que vemos como oportunidad crear más contenido y claridad en nuestros servicios y procesos puntualmente, para que sea muy claro para nuestros clientes, y hacer énfasis en que estamos capacitados para limpiar sus muebles internamente y externamente, cuidándolos y teniendo un buen manejo de estos.
- **Sostenibilidad:** Con las respuestas que obtuvimos en la investigación vimos que para las personas desempeñar procesos de limpieza biodegradables es importante y prefieren usar productos o soluciones que ayuden a este proposito, Vimos una oportunidad gigante de explotar este tema en redes o como un proposito principal de la marca, ya que al no apoyar o usar productos convencionales ponemos nuestro granito de arena en el mercado.

- **Salud:** Al igual que la sostenibilidad evidenciamos en la encuesta que la mayoría de las personas no tienen conocimiento o claridad de las ventajas que tiene limpiar sus muebles a vapor, o simplemente la cantidad de bacterias y patógenos que se acumulan
- en nuestros muebles, colchones y demás, sumándole que desconocen como esto afecta a la salud de las personas en su hogar, queremos informar de la cantidad de gérmenes que podemos estar cosechando en nuestra casa y automóvil, pero asimismo ofrecerles la solución de SuperClean, mostrándoles un personal totalmente capacitado para realizar estos procesos.

- **Servicio:** En SuperClean contamos con el personal capacitado para desempeñar este proceso cuidando las fibras de tus muebles, desempeñando correctamente cada paso que debe ser desempeñado y algo que evidenciamos ante la competencia es que nos caracterizamos por mantener con nuestros uniformes en todo momento y esto demuestra seriedad, compromiso y confianza a nuestros clientes.

- **Empresa registrada:** Como ultimo criterio de solución vemos la consolidación legal de la empresa SuperClean, teniendo en cuenta el desempeño desde su creación y la cantidad de oportunidades en el futuro, esto es un paso que se debe realizar pronto, queremos pasar de ser un emprendimiento familiar a una empresa totalmente consolidada, además esto nos brindara puntos a favor ya que genera más confianza de los clientes, nadie nos quitara nuestro nombre y podremos crecer como empresarios en nuestro país.

4. ANÁLISIS SECTORIAL

4.1 Mapa del entorno

Figura 13, Mapa del entorno

MAPA DEL ENTORNO		
TENDENCIA	SECTOR (oferta)	MERCADO (demanda)
Actualmente la mayoría de productos de limpieza son una directa fuente de contaminación.	El sector de limpieza a vapor está totalmente presente en redes, su canal de comunicación más grande son las redes ya que su contenido es muy visual	Al ser un servicio que se presta en la comodidad de su hogar los clientes esperan respeto, profesionalismo y un personal capacitado para el cuidado de sus muebles y desempeño de la actividad
El uso excesivo de agua para realizar los procesos de limpieza en el hogar es demasiada, se está empezando a crear conciencia	La competencia usa máquinas del mismo nivel, lo que nos caracteriza a nosotros son los jabones biodegradables, presencia en redes y los precios son muy parecidos entre todos.	La dinámica es por medio de redes sociales, a los clientes les gusta ver resultados visibles en otros clientes previos, facilidad de cotización ,agendamiento y sin muchos pasos
El poder acceder a este tipo de servicios puede ser considerado un lujo teniendo en cuenta la situación económica que se enfrenta el país	Los proveedores de Kärcher en Colombia, cuentan con un sistema integral de atención y seguimiento a sus compradores. Cuentan con puntos de venta y distribuidores autorizados.	Actualmente se cuenta con clientes de una variedad amplia de edades, familias con niños, mascotas y adultos mayores son aquellos que usan más nuestros servicios.

Fuente: Elaboración propia.

Después del análisis sectorial en ámbitos de tendencia, oferta y demanda pudimos deducir diferentes características del cliente y sector. En cuanto a tendencia quisimos ver el mundo en la actualidad, como este se desenvuelve en los temas que nos competen, tales como la falta de productos biodegradables en las casas de los Colombianos, la falta de conciencia referente a la abundante cantidad de gasto de agua a la hora de desempeñar prácticas de limpieza en hogar y automóviles, pero una que recoge a toda la sociedad es la situación económica del

país, actualmente poder acceder a estos servicios como el que se presta en SuperClean es un lujo total y no es algo que todos los estratos puedan acceder.

Refiriéndonos al sector que es la oferta, evidenciamos que al ser sector de soluciones de limpieza a las personas les gusta ver resultados así que la presencia de estas empresas en redes es total, las maquinas que se usan en el sector son del mismo nivel y en algunos casos la misma marca, lo que es nuestra propuesta de valor son los jabones, desinfectantes y ambientadores biodegradables, analizando a los proveedores Karcher en Colombia cuenta con distribuidores autorizados listos para brindar ayuda a todos sus clientes.

Por último, para concluir este estudio encontramos el mercado el cual representa la demanda, los clientes exigen un personal capacitado para el cuidado de sus muebles, seguridad y profesionalismo ya que el servicio se presta en la comodidad de sus hogares entonces que brinden esta confianza al entrar a sus hogares, los clientes buscan facilidad de cotización y agendamiento sin muchos pasos.

4.2 Mapa de competidores

Frente a los competidores directos en el sector de la limpieza es importante destacar que SuperClean es una empresa familiar creada con el fin de ayudar a mejorar el bienestar en los hogares que los rodeaban y mostrar la limpieza como una calidad de vida de manera psicológica y en el ámbito de la salud, mientras que las otras no muestran en su redes un inertes por el bienestar y alegría que si quiere mostrar SuperClean. Sin embargo, las variables por las que competimos son el precio, servicios prestados, Facilidad de contacto y el posicionamiento de la marca en redes sociales.

Escogimos 3 competidores basados en empresas de limpieza a vapor en la ciudad de Bogotá, con una cantidad de seguidores en la red social Instagram similares a SuperClean y que prestaran los mismos servicios.

Figura 14. Mapa de competidores

TABLA COMPARATIVA COMPETIDORES			
SUPERCLEAN	LIMPISERVI	LIMPIEZA EXTREMA	PROMOTING SERVICES
<ul style="list-style-type: none"> • 1.498 SEGUIDORES EN INSTAGRAM • SERVICIO EN HOGAR Y AUTOMÓVIL • BOGOTÁ • TODO TIPO DE TAPETES 	<ul style="list-style-type: none"> • 1.367 SEGUIDORES EN INSTAGRAM • SERVICIO EN HOGAR Y AUTOMÓVIL • BOGOTÁ • TODO TIPO DE TAPETES • ESTUFAS 	<ul style="list-style-type: none"> • 3.585 SEGUIDORES EN INSTAGRAM • SERVICIO EN HOGAR Y AUTOMÓVIL • BOGOTÁ • TODO TIPO DE TAPETES 	<ul style="list-style-type: none"> • 706 SEGUIDORES EN INSTAGRAM • SERVICIO EN HOGAR Y AUTOMÓVIL • BOGOTÁ • SOLO TAPETES LISOS
			

Fuente: elaboración propia

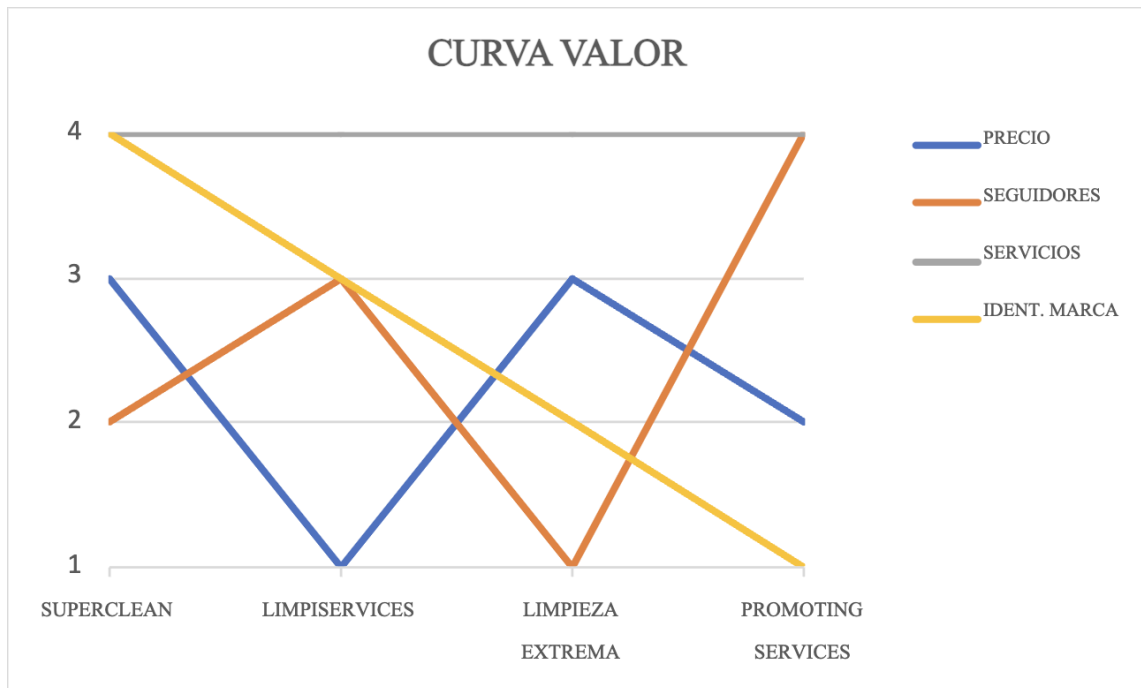
- **LimpiServi:** Es una empresa que ofrece servicio de limpieza a vapor en la ciudad de Bogotá, ofrecen limpieza de muebles, estufas, tapetes, colchones, sillas, cortinas, tapicería de carro y cuentan con historias destacadas con opiniones de clientes. Sus redes sociales no tienen identidad de marca y no hay intensidad en sus publicaciones, ni estilo de color ni fuentes, muestran todos sus servicios con historias destacadas y publicaciones, no es claro que las máquinas usen y sus marcas tienen un link de contacto de WhatsApp y demás ha cambiado al pasar del tiempo, el logo es de colores

variados, pero en el pequeño recuadro de Instagram no se alcanza a ver con claridad que está en esos pequeños cuadrados del logo.

- **Limpieza_extrema.bogota:** Es una empresa de lavado que ofrece desinfección y limpieza a vapor en Bogotá y Soacha, tiene un link de contacto WhatsApp, lavan colchones, carros, salas y tapetes. Muestra algunos de sus servicios en historias destacadas y publicaciones, aun así, teniendo una gran cantidad de seguidores cuentan con muy poco contenido y no hay intensidad en sus publicaciones, su última publicación fue en junio, no hay identidad de marca, colores y tipografía. No es claro que maquinas usan, no es claro el proceso, No cuentan con reseñas de clientes.
- **Promotingservicesoficial:** Es una empresa que se presenta como líder en lavado y desinfección de tapizados, esto puede ser un poco confuso para la clientela ya que ofrecen lavado de muebles, colchones, vehículos, tapetes lisos y camas de mascotas. Están ubicados en la ciudad de Bogotá, no tienen link de contacto de WhatsApp se cotiza por medio de un mensaje directo de Instagram, tienen historias destacadas que no especifican que está mostrando, sus publicaciones muestran el proceso en diferentes tipos de muebles, su logo es un perrito lo cual es un poco confuso para el tipo de servicio que brindan, publican alrededor de dos veces por mes.

Queremos mostrar nuevamente la curva de valor para la comparacion de nuestros competidores teniendo en cuenta precio, seguidores, servicios e identidad de marca.

Figura 15, Curva de valor

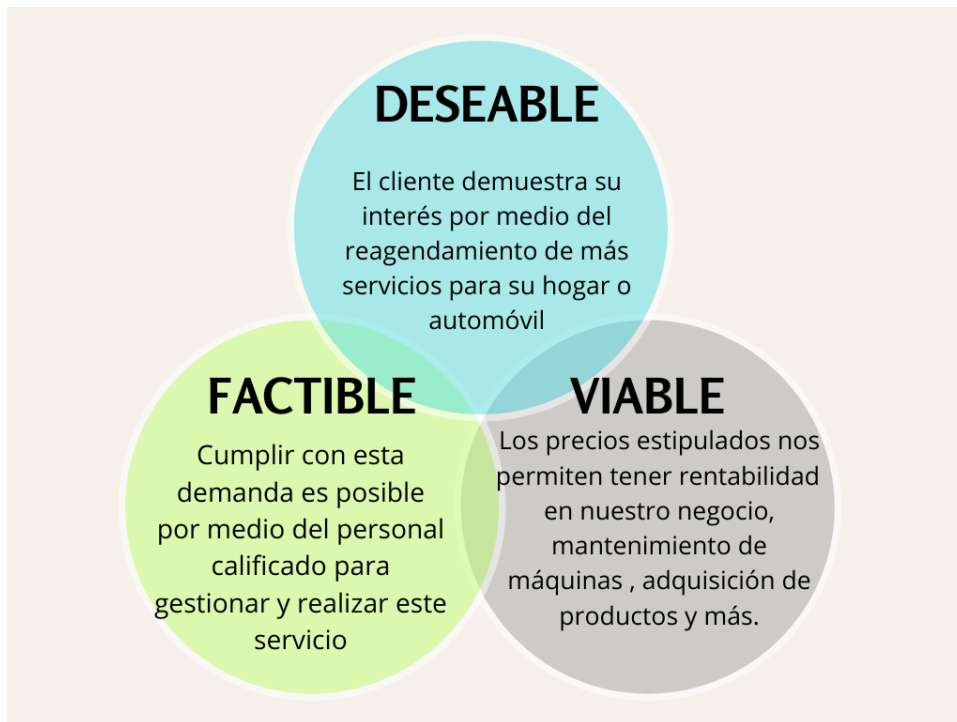


Fuente: Elaboración propia

5. PROTOTIPO INICIAL

Como el servicio que ofrecemos está en la fase de mínimo servicio viable, ya que ya opera en el mercado, logra analizar los 3 ejes principales del modelo de negocio (prototipo ideal).

Figura 16, Ejes Modelo de negocio



Fuente: Elaboración propia.

Figura 17, Mínimo producto viable



Fuente: Elaboración propia

5.1 Hipótesis

- **Deseabilidad:** El cliente demuestra su interés por medio del Re-agendamiento de más servicios para su hogar o automóvil, esto significa que quedo satisfecho con el primer servicio, con el desempeño de nuestros servicios y la calidad de nuestro personal.
- **Viabilidad:** Los precios estipulados de nuestros servicios nos permiten tener rentabilidad en nuestro negocio ya que debemos realizar el mantenimiento de máquinas, además la adquisición de productos tales como jabones, desinfectantes, ambientadores y más.
- **Factibilidad:** Cumplir con esta demanda es posible por medio del personal calificado para gestionar cotizar el valor del servicio, agendamiento de citas y realización de este servicio.

Se piensa que las personas no saben cómo limpiar sus muebles en su interior e implementan otras soluciones no efectivas.

Se supone que la limpieza a vapor en tus muebles y automóvil ayuda a mejorar la salud.

Se confía que el buen desempeño en redes y el contenido informativo sobre beneficios y propuesta sostenible eventualmente puede ser positivo para la compañía.

5.1.1 Hipótesis de deseabilidad

- **¿Estamos realmente solucionando un problema para nuestros usuarios?**

En SuperClean resolvemos varios problemas, el primero es desinfección interna de los muebles de nuestros clientes, uso de jabones no contaminantes para el medio ambiente, poco uso de agua para desempeñar estas tareas, lavado interno a vapor a domicilio.

- **¿Hemos identificado los principales dolores de nuestros clientes?**

No poder lavar muebles o colchones ellos mismos sin dejarlos mojados y demás, no tener los medios económicos suficientes para lavar todos los muebles que desean.

- **¿Estamos segmentando correctamente?, ¿El público objetivo es suficientemente amplio?**

Para el servicio que ofrecemos en SuperClean se abarca un segmento demasiado amplio ya que ciertas personas empiezan a vivir solas a temprana edad y asimismo personas muy mayores viven solas así que por el tipo de servicio tenemos una amplia oportunidad de posibles clientes.

- **¿Tenemos los canales adecuados para llegar a nuestros clientes?**

Gracias a la investigación que realizamos por medio de las encuestas nos dimos cuenta de que el canal de agendamiento y cotización por WhatsApp ha sido efectivo totalmente acogido por nuestros clientes, aunque también debemos prestar la opción de agendamiento vía llamada.

- **¿Nuestro servicio al cliente es adecuado?, ¿podemos manejar la entrega, instalación, garantías del producto o servicio?**

Para nosotros prestar una experiencia excepcional es de vital importancia, desde el primer momento que el cliente escribe a cotizar se le brinda un servicio integro, rápido y profesional, cuando se va a realizar el proceso en su hogar se llega con profesionalismo, y se realiza un servicio de alta calidad para así cumplí con las expectativas del cliente, manejamos puntualidad y si no quedo satisfecho o falto algún pedazo de limpieza se le brinda garantía del servicio.

5.1.2 Hipótesis de factibilidad

- **¿Podemos desarrollar las actividades para crear y entregar el producto o servicio?**

Se puede hacer posible gracias a un equipo que acompañe al cliente desde la cotización y agendamiento haciendo la experiencia inigualable, seguido de la realización del servicio eso por el lado de personal capacitado. Además, la maquinaria, necesitamos tecnología de punta para poder cumplir y desarrollar nuestro servicio de la mejor manera posible.

- **¿Podemos desarrollar las actividades claves del emprendimiento a escala?**

Es posible operar a escala y para poder empezar a hacerlo debemos contar con puntos autorizados que desarrollen los mismos servicios, con nuestra marca, uniformes, trato a los clientes, es decir una franquicia de SuperClean, para esto necesitaríamos mucho seguimiento ya que se debe mantener el buen nombre que hemos logrado conseguir a lo largo de estos años.

- **¿Qué tecnologías necesito integrar al emprendimiento?, ¿podemos manejar estas tecnologías en escala?**

En SuperClean usamos la marca Karcher para maquinaria y líquidos del proceso de limpieza y desinfección, karcher vende maquinaria hogar y también industrial, así que esta toda la posibilidad de expandir la tecnología a escala. Usamos vaporera, hidro aspiradora y aspiradora en cuanto a maquinaria.

- **¿Podemos conseguir aliados clave para nuestro modelo de negocio?**

Para soluciones de limpieza vemos muchas oportunidades de aliados, en cuanto a clientes vemos hogares geriátricos, hospitales, jardines infantiles como oportunidad de contratos indefinidos con servicios más seguidos que en un hogar convencional. Por otro lado

vemos la oportunidad de un partnership con tiendas como Homecenter, Falabella, Alkosto entre otras. Para que cuando la gente pregunte o necesite un servicio, incluso cuando adquieran sus muebles o colchones se brinde este contacto para futuras contrataciones y mantenimiento de su hogar, así mismo con concesionarios entre otros.

5.1.3 Hipótesis de Viabilidad

- **¿Los clientes están dispuestos a pagar por el precio??**

SuperClean lleva andando desde 2020, desde ese entonces ha crecido sin parar, los precios han sido acogidos positivamente por los clientes de Bogotá y gracias a la encuesta realizada nos dimos cuenta de que el precio es acogido más del 80% del público encuestado, esto se traduce a que los clientes si están dispuestos a pagar por el precio de nuestros servicios.

- **¿Podemos cubrir los costos fijos?**

Si, actualmente Superclean lleva operando desde el 2019-2020 y ha podido cumplir con sus costos fijos y ha sido además un negocio rentable con mucha oportunidad de crecimiento.

- **¿Podemos generar estrategias de ingresos diferentes?**

Para poder generar otro tipo de ingresos podríamos ampliar nuestro catálogo de servicios para poder acoger más público o empezar a desempeñar limpieza en nuevas superficies.

- **¿Podemos conseguir el capital semilla para empezar?**

Cuando SuperClean estaba solo en ideas se optó por vender un carro para poder empezar a comprar las máquinas y demás, gracias a esto y juntando más dinero se pudo

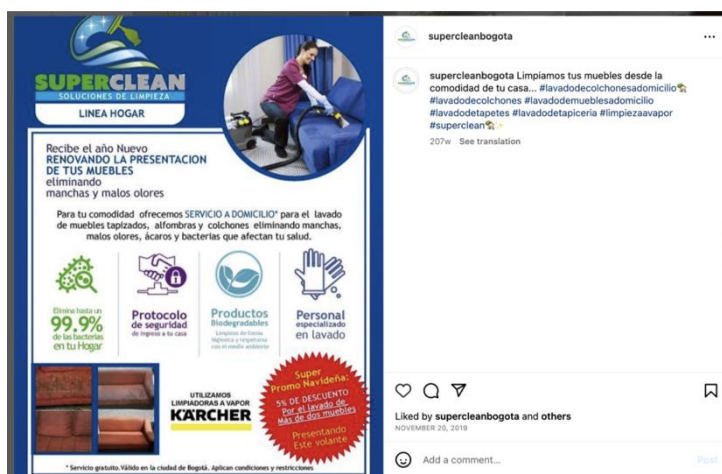
proceder a la compra de maquinaria, publicidad como tarjeta, uniformes como gorras, polos y trajes para realizar el servicio, guantes, tapabocas y demás.

- **¿Podemos financiar algún proyecto para el crecimiento del emprendimiento?? ¿A que actores podemos recurrir?**

Gracias a las encuestas realizadas nos dimos cuenta de que a los clientes les gustaría ver más publicidad, así que podemos evaluar la posibilidad de invertir en publicidad en redes como Instagram y Facebook, además planeamos ingresar a la plataforma tik tok ya que su algoritmo nos ayuda a que nuestro contenido llegue a todo el mundo, alianzas con tiendas también puede ser un proyecto por desarrollar.

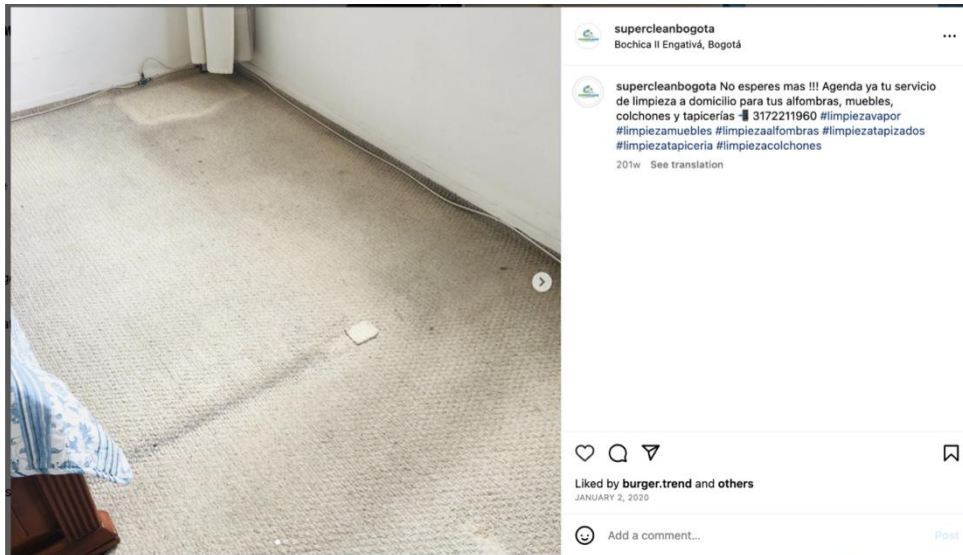
5.2 Mockup de producto o servicio

Figura 18, Boceto inicios



Fuente: Tomado de Instagram SuperClean, creación propia.

Figura 19, Instagram



Fuente: Tomado de Instagram SuperClean, creación propia.

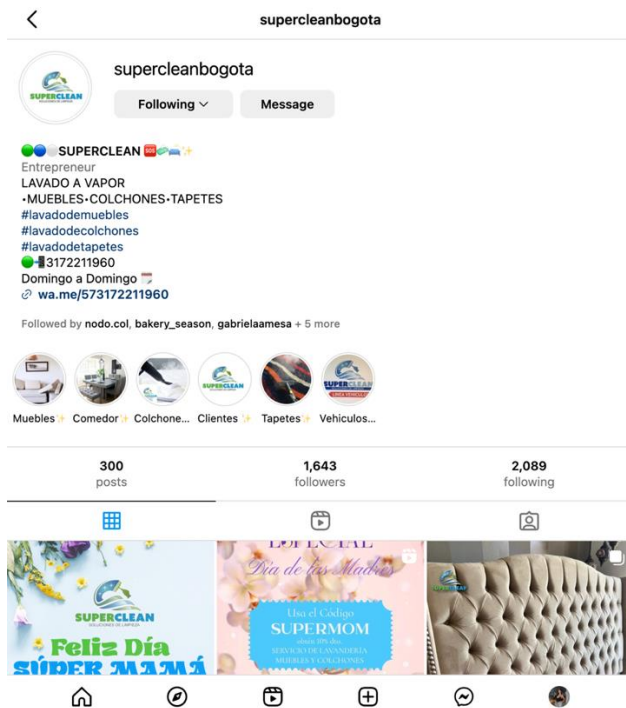
Con estas imágenes empezó a operar SuperClean en redes, es claro que no teníamos una identidad de marca, colorimetría, tipo de publicaciones, no sabíamos como venderles a las personas, con nuestro primer poster de ventas no representábamos algo innovador, elegante y especializado, así se empezó, con una cuenta en Instagram, tomando fotos de los servicios como creíamos correcto y empezando a tener acogida por nuestros clientes.

5.3 Blueprint para validación de mockup y problema con el usuario

Actualmente SuperClean opera en la ciudad de Bogotá y sus alrededores, cuenta con 1.513 seguidores en Instagram, hemos tenido la oportunidad de realizarle servicios a personas de la farándula o con un poco más de seguidores que han quedado contentos con nuestro trabajo, además hoy en día hemos adquirido una identidad de marca con colores, letras, fotos y videos que siguen el mismo estilo. Contamos con máquinas Karcher, y el personal sigue capacitándose cada día en el área de marketing y desempeño del servicio. Haciendo un

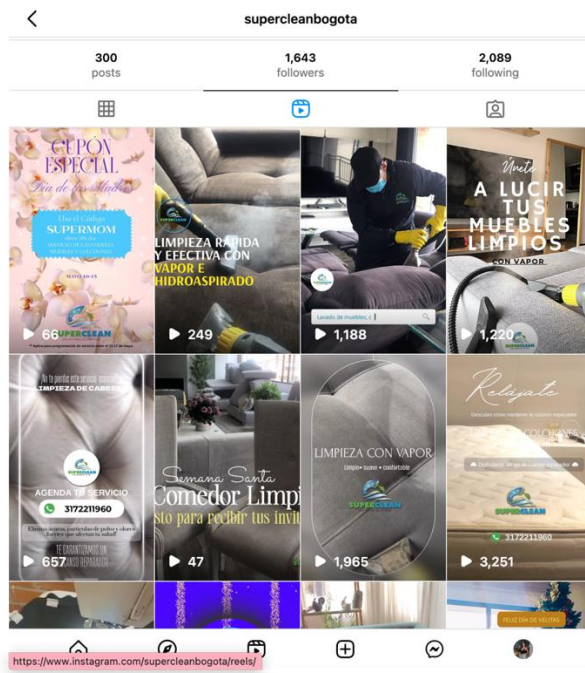
recuento aproximado en 4 años se hacen realizado 1.500 servicios entre muebles, colchones autom3viles y tapetes.

Figura 20. Redes Hoy



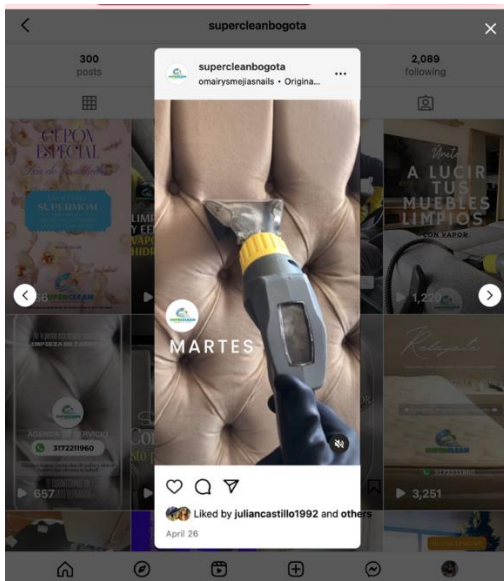
Fuente: Instagram Elaboración propia

Figura 21, Redes Hoy



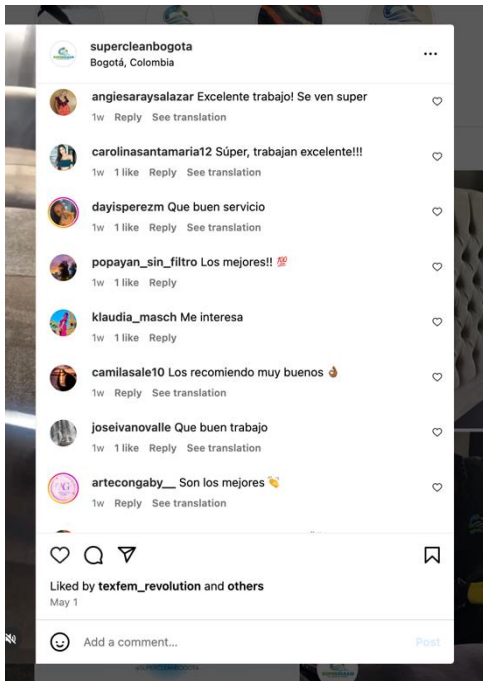
Fuente: Instagram Elaboración propia

Figura 22, Redes Hoy



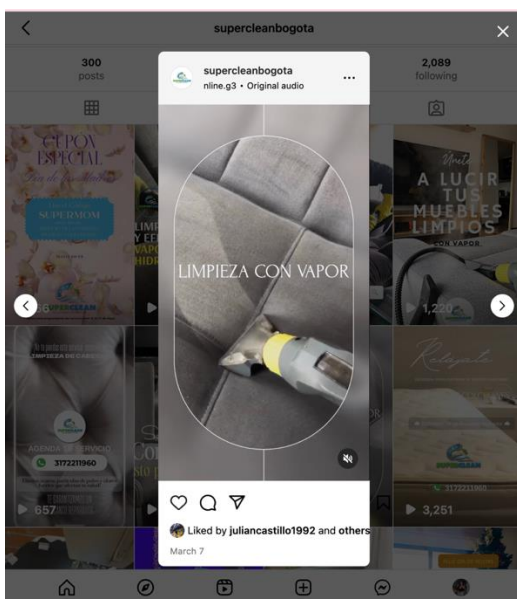
Fuente: Instagram Elaboración propia

Figura 23. Redes Hoy



Fuente: Instagram Elaboración propia

Figura 24. Redes Hoy



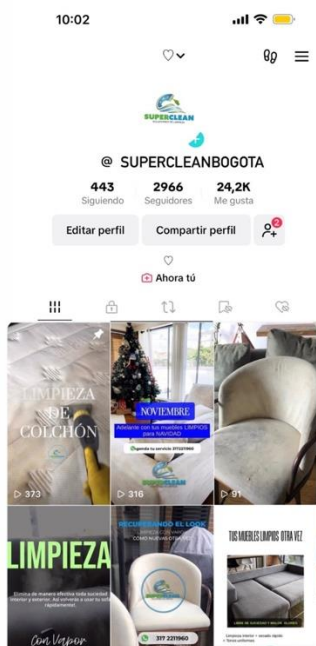
Fuente: Instagram Elaboración propia

Con cada servicio realizado por SuperClean el revenue es del 47%, así que es totalmente viable.

5.4 Medición y resultados

Para finalizar hablaremos de que ideas implementaremos para el correcto desempeño del objetivo general de este proyecto de investigación, Empezaremos la averiguación de que tipo de papeles o información se necesita para la consolidación legal de la empresa, registrarla en la cámara de comercio y demás. También procederemos a ingresar a la plataforma Tik Tok ya que su algoritmo será de gran ayuda para nosotros, nuestro contenido será mostrado a todo tipo de público, Seguido de impulsar nuestra propuesta de valor que la fundamentaremos en lo sostenible que somos ante otras prácticas de limpieza y los beneficios que tiene desempeñar nuestros servicios para la mejoría en salud.

Figura 25, Tik Tok proyectado



Fuente: Elaboración propia.

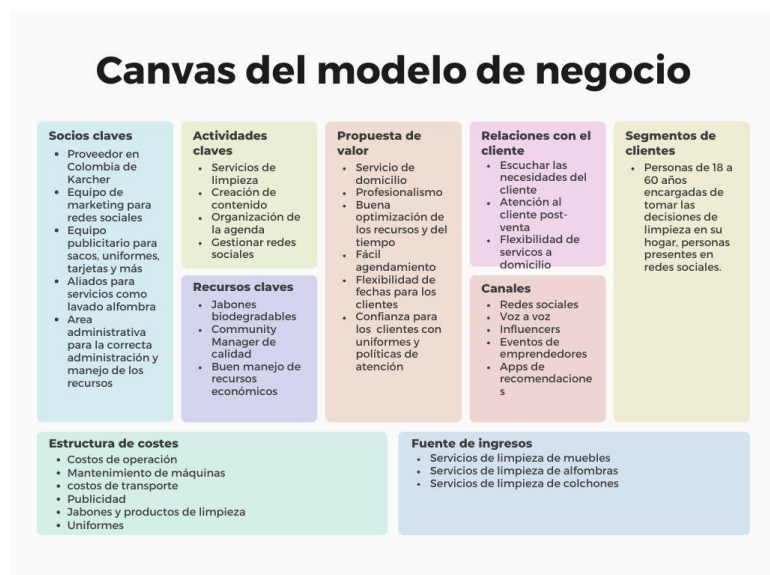
6. MODELO DE NEGOCIO AMPLIADO

En este capítulo, exploraremos las estrategias de marketing para llegar a nuevos públicos, la consolidación del negocio ante la cámara de comercio y las proyecciones financieras para futuras inversiones de maquinaria y expansión, uniendo aspectos del emprendimiento. Se emplearán varias herramientas, entre ellas el Business Model Canvas, para visualizar los elementos clave.

6.1 Business model CANVAS

Con el propósito de obtener una comprensión holística del negocio, se elaboró un modelo Canvas que nos ayude a identificar varios elementos esenciales: desde los socios clave hasta las fuentes de ingresos. Este enfoque nos permite comunicar la idea de negocio y detectar áreas que requieren una planificación más sólida para reformular nuestras estrategias de implementación.

Figura 26. Modelo CANVAS



Fuente, Elaboración propia.

6.2 Verbalización modelo de negocio

Para transmitir la esencia de Superclean de manera efectiva, es crucial enfocarnos en una explicación concisa y memorable que deje una impresión duradera en el receptor. Simplificar el mensaje nos permite destacar lo esencial del proyecto y centrarnos en su verdadera relevancia.

Tabla 1 Verbalización modelo de negocio

Somos una empresa que ofrece:
Soluciones de limpieza amigables con el medio ambiente en la comodidad de tu hogar
Para:
Proporcionarles ambientes impecables y saludables, contribuyendo así a optimizar tanto su bienestar físico como mental.
Lo hacemos a través de:
Nuestra metodología se basa en minimizar el consumo de agua, implementando medidas que promueven la eficiencia hídrica. Además, nos comprometemos a utilizar exclusivamente productos ecológicos en nuestros servicios, tales como jabones, removedores y aromatizantes formulados a base de ingredientes amigables con el medio ambiente. Todo esto se lleva a cabo con la máxima comodidad para nuestros clientes, en la seguridad y familiaridad de sus propios hogares.
Y nuestra relación con ellos es:
Es muy cercano, ya que el proceso es 1:1, ingresamos a sus hogares o espacios de trabajo, así que nos sentimos privilegiados de tener esta oportunidad, así que todo el servicio se basa en confianza, respeto y profesionalismo.
Esto es posible porque contamos con:
Nuestro éxito se fundamenta en un equipo excepcional que trabaja para hacer realidad cada paso del proceso, desde el primer contacto del cliente hasta la entrega del servicio donde prefiera, ya sea su hogar o una locación acordada previamente. Este equipo está conformado por profesionales comprometidos que se esfuerzan por garantizar la máxima

satisfacción del cliente en cada etapa. Además, contamos con la más avanzada maquinaria y herramientas de primera calidad, cuidadosamente seleccionadas para cumplir con las necesidades específicas de nuestros clientes. Estamos dedicados a superar las expectativas de quienes confían en nosotros, y por eso nos aseguramos de utilizar equipos que garanticen resultados óptimos en cada tarea. Sin embargo, más allá de contar con la mejor tecnología, sabemos que el factor humano es esencial. Por eso, nuestro equipo está compuesto por individuos capacitados y comprometidos en ambos aspectos: técnicos expertos en el manejo de la maquinaria y personal con habilidades interpersonales excepcionales para brindar un servicio al cliente de primera categoría.

Y porque hacemos mejor que nadie:

En Superclean, valoramos profundamente la calidad humana y la capacitación de nuestro personal, considerándolas como pilares fundamentales que nos distinguen en el mercado. Nuestro equipo está compuesto por individuos que no solo poseen habilidades técnicas excepcionales, sino que también exhiben una genuina preocupación por satisfacer las necesidades de nuestros clientes en cada interacción.

La sinergia entre la calidad humana de nuestro equipo y su capacitación integral es nuestra principal fortaleza al establecer contacto con nuestros clientes. Además, confiamos en la calidad y confiabilidad de la maquinaria KARCHER, reconocida mundialmente como líder en soluciones de limpieza. La tecnología innovadora y el rendimiento excepcional de sus equipos nos permiten alcanzar resultados impecables de manera eficiente y efectiva.

Asimismo, nos comprometemos con el cuidado del medio ambiente, utilizando productos especialmente formulados para ser amigables con nuestro entorno.

Nuestros aliados permiten que:

Cada día busquemos soluciones que nos favorezcan a todos ambientalmente, maquinarias cada vez más eficientes y como mantener a nuestros clientes para que cada día se sientan parte de.

Y así logramos:

Crear una comunidad sólida donde la confianza en el producto y la marca sea fundamental, utilizando herramientas que motiven e inspiren a cada individuo a desarrollar su máximo potencial día tras día.

6.3 Matriz DOFA

Antes de lanzar un servicio al mercado, es crucial analizar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas en el modelo de negocio. Este paso es fundamental para identificar áreas de mejora, explorar oportunidades en el mercado y prever posibles riesgos futuros para el negocio.

Figura 27 Matriz DOFA



Fuente: Elaboración propia

6.3.1 Análisis interno

- **Evaluación de recursos y capacidades**

- Entre los recursos físicos que tenemos, podemos encontrar las maquinarias:
Aspiradora WD1 CLASSIS KARCHER, PROFESIONAL PUZZI 10/1 KARCHER, SC2 EASYFIX KARCHER, FREGADORA BDS 43/180 C CLASSIC KARCHER, Carro Renault Sandero, dotación para los servicios, dotación tipo merch hoodies y gorras.
- En Superclean, nos enorgullecemos de poseer un profundo conocimiento sobre el proceso completo de lavado a vapor, tanto en el manejo de nuestras máquinas como en la utilización de jabones ecológicos. Nuestro equipo está compuesto por profesionales altamente capacitados en este campo, quienes se dedican a garantizar resultados impecables en cada tarea. Además de nuestra experiencia técnica, destacamos en áreas clave como el marketing y la atención al cliente. En el ámbito del marketing, hemos desarrollado competencias especialmente sólidas en la plataforma de redes sociales utilizando estrategias efectivas para promover nuestros servicios y conectar con nuestra audiencia de manera significativa. Entendemos la importancia de mantener una presencia activa en línea y de adaptarnos continuamente a las tendencias del mercado para maximizar nuestro alcance y generar un impacto positivo. En cuanto a la atención al cliente, nos esforzamos por ofrecer un servicio excepcional en cada interacción. Nuestro equipo está entrenado para comprender y satisfacer las necesidades individuales de cada cliente, brindando asesoramiento experto y soluciones personalizadas que garanticen su plena satisfacción. Valoramos la importancia de establecer relaciones sólidas con nuestros clientes, cultivando la confianza y la lealtad a lo largo del tiempo.

- Valoramos enormemente la importancia de estar siempre al tanto de las últimas tendencias y necesidades del mercado. Reconocemos que en nuestros hogares buscamos crear un ambiente cómodo, limpio y acogedor, donde cada espacio transmita frescura y relajación. Este entendimiento profundo de los deseos y expectativas de nuestros clientes es lo que impulsa nuestros servicios. Al comprender de manera directa lo que se espera y desea en un hogar, podemos adaptar nuestros servicios de manera precisa para cumplir y superar esas expectativas. Nuestro compromiso con la excelencia radica en nuestra capacidad para comprender las necesidades individuales de cada cliente y traducirlas en soluciones prácticas y efectivas. Nuestra misión es transformar los hogares en espacios de comodidad y serenidad, donde cada cliente pueda disfrutar de una experiencia única y satisfactoria.
- **Análisis de ventajas competitivas**
 - En lo que respecta a las ventajas competitivas que ofrecemos en SuperClean, es importante destacar que ningún aspecto de nuestro servicio es tercerizado. Esto significa que mantenemos un control absoluto sobre cada etapa del proceso, desde el primer contacto con el cliente hasta la ejecución y seguimiento de nuestros servicios. Al no depender de terceros, tenemos pleno conocimiento de cada interacción con nuestros clientes y de todos los detalles de los procesos involucrados. Esta integración vertical nos permite asegurar un nivel incomparable de atención y calidad en cada servicio que ofrecemos. Estamos comprometidos a mantener una comunicación transparente y directa con nuestros clientes en todo momento, brindándoles la tranquilidad de saber que pueden contar con nosotros al 100% en caso de cualquier eventualidad. Al estar completamente involucrados en cada aspecto de nuestro negocio,

podemos tomar decisiones rápidas y precisas para resolver cualquier problema que pueda surgir, garantizando así la satisfacción total de nuestros clientes.

- Cuando se trata de sostenibilidad, en SuperClean nos comprometemos desde dos ámbitos fundamentales. En primer lugar, destacamos nuestro enfoque en el ahorro de agua, una preocupación central en el contexto actual de escasez y cuidado del recurso hídrico. Comparado con los métodos de lavado convencionales, nuestro proceso de limpieza a vapor requiere mínima de agua para lograr resultados excepcionales en superficies grandes. Esta eficiencia no solo reduce significativamente el consumo de agua, sino que también minimiza el impacto ambiental asociado con su tratamiento y desecho. Por otro lado, resaltamos en la selección cuidadosa de nuestros productos de limpieza. Desde jabones y removedores hasta aromatizantes, todos están formulados con ingredientes a base de agua y biodegradables. Esta elección consciente refleja nuestro compromiso inquebrantable con la protección del medio ambiente. Estamos dedicados a operar de manera sostenible y responsable, buscando constantemente nuevas formas de reducir nuestra huella ecológica y contribuir positivamente al bienestar del planeta.

- **Evaluación de la propuesta de valor**

- Nuestra propuesta de valor abarca múltiples aspectos que hacen que nuestro servicio sea único y altamente deseable. En primer lugar, nos comprometemos a ofrecer un servicio de alta calidad, rápido y eficiente, que garantice resultados excepcionales en la limpieza de los espacios, todo ello desde la comodidad del hogar de nuestros clientes. Este enfoque no solo brinda conveniencia, sino que también promueve un estilo de vida más sostenible al

reducir la necesidad de desplazamientos y el uso innecesario de recursos. Además, nos enorgullece ofrecer un proceso de reserva fácil y conveniente, adaptado a las necesidades y preferencias de nuestros clientes. Ya sea a través de nuestra plataforma en línea o mediante otros canales de comunicación, estamos comprometidos a brindar una experiencia sin complicaciones desde el primer contacto hasta la finalización del servicio. Otra ventaja distintiva de nuestro servicio es su universalidad. Reconocemos que no hay una edad específica en la que las personas empiecen a vivir solas o a buscar independencia, ni tampoco existe una edad límite para quienes toman las decisiones de limpieza en el hogar. Esta comprensión nos permite dirigirnos a una amplia variedad de públicos, desde jóvenes profesionales que buscan comodidad y eficiencia, hasta personas mayores que valoran la calidad y la confianza en el servicio. Asimismo, nuestra estrategia de marketing se adapta a esta diversidad de audiencias, utilizando una variedad de plataformas y canales para llegar a diferentes segmentos de la población. Reconocemos que cada cliente es único y tenemos la flexibilidad para adaptarnos a sus necesidades específicas, ya sea a través de redes sociales, publicidad en línea, colaboraciones con empresas locales o cualquier otro medio relevante.

- En SuperClean, nuestra propuesta de valor se centra en la sostenibilidad en cada paso de nuestro proceso de limpieza. Nos comprometemos a reducir el consumo de agua al mínimo con técnicas de limpieza a vapor, lo que garantiza resultados excepcionales en superficies grandes y ayuda a preservar este recurso vital y a minimizar el impacto ambiental. Además, destacamos por la cuidadosa selección de los productos de limpieza, formulados con ingredientes biodegradables y amigables con el medio ambiente. Este compromiso con la

protección del planeta se refleja en cada aspecto de nuestro servicio, desde la elección de nuestros productos hasta nuestras prácticas operativas diarias.

- Nuestra propuesta de valor radica en ofrecer un servicio de limpieza disponible todos los días de la semana, incluyendo domingos, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes en cualquier momento que lo requieran. Además, destacamos por utilizar maquinaria de primera calidad marca KARCHER en cada servicio, garantizando resultados excepcionales y limpieza a fondo en cada rincón de su hogar u oficina. Combinando disponibilidad constante y equipos de primera, ofrecemos una solución integral para mantener sus espacios impecables siempre.

- **Análisis financiero**

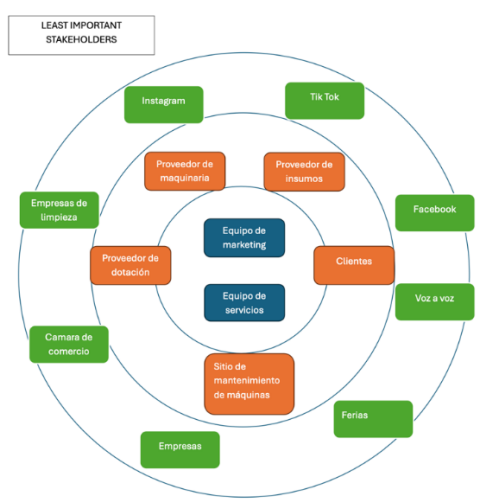
- Superclean dio inicio con una inversión inicial de 20.000.000 COP, la cual fue destinada a la adquisición de maquinaria de última generación, la compra de dotación para nuestro equipo de trabajo, la impresión de volantes promocionales y la adquisición de implementos necesarios para llevar a cabo nuestros procesos de limpieza con la máxima eficiencia y calidad. Esta inversión estratégica nos ha permitido establecer una base sólida para ofrecer un servicio de excelencia desde el primer día de operaciones, garantizando así la satisfacción y confianza de nuestros clientes en cada uno de nuestros servicios.
- Los gastos fijos mensuales de Superclean son una parte esencial de nuestra operación, ya que nos permiten mantener la calidad y eficiencia en la prestación de nuestros servicios. Estos gastos incluyen diversos aspectos fundamentales para el funcionamiento de nuestra empresa. En primer lugar, la

nómina de nuestro talentoso equipo de trabajo, cuyo compromiso y dedicación son la piedra angular de nuestro éxito. Además, debemos considerar los costos asociados con la adquisición de insumos de limpieza de alta calidad, que son indispensables para garantizar resultados excepcionales en cada tarea.

También debemos tener en cuenta los gastos de transporte, que nos permiten desplazarnos de manera eficiente y oportuna para atender las necesidades de nuestros clientes en diversos lugares. Por último, pero no menos importante, están los servicios públicos, como el agua, la electricidad y otros servicios básicos, que son esenciales para el funcionamiento de nuestras instalaciones y equipos. En conjunto, estos gastos fijos ascienden a 2.500.000 COP al mes, una inversión que nos permite mantenernos operativos y ofrecer un servicio de alta calidad que satisfaga las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

6.4 Análisis del mapa del entorno del modelo de negocio.

Figura 28 Análisis del entorno



Fuente, elaboración propia

- **Tendencias:** En la actualidad, estamos siendo testigos de un importante cambio en la industria de la limpieza, donde cada vez más empresas están migrando hacia soluciones que sean amigables con el medio ambiente. Este cambio responde a la necesidad imperante de replantear nuestras decisiones y adoptar prácticas que contribuyan activamente al cuidado del planeta. En este contexto, el enfoque en el cuidado del agua y el uso de productos sostenibles se ha vuelto fundamental. Reconocemos la importancia de preservar este recurso vital y nos comprometemos a utilizar técnicas de limpieza que minimicen el consumo de agua y reduzcan el impacto ambiental asociado con su uso. Además, la elección de productos de limpieza sostenibles se ha convertido en una prioridad para nosotros. Nos esforzamos por seleccionar cuidadosamente productos que sean biodegradables, libres de químicos dañinos y respetuosos con el medio ambiente en cada uno de nuestros servicios. Este enfoque en soluciones amigables con el medio ambiente no solo nos permite cumplir con nuestras responsabilidades ambientales, sino que también nos brinda la oportunidad de ofrecer un servicio de limpieza de alta calidad y seguro para nuestros clientes. Estamos comprometidos a seguir explorando nuevas formas de mejorar nuestra sostenibilidad y a contribuir positivamente al bienestar del planeta en todo lo que hacemos.
- **Oportunidades:** Las afirmaciones previas abren un abanico de posibilidades para Superclean en diversos aspectos. Una de las áreas clave es la renovación constante de nuestra flota de maquinaria, siempre enfocada en garantizar la mejor calidad y eficiencia en cada servicio que ofrecemos. Esta búsqueda continua de equipos de vanguardia nos permite mantenernos a la vanguardia de la industria y brindar resultados excepcionales a nuestros clientes en cada tarea de limpieza. Asimismo, nos

comprometemos a seguir buscando y seleccionando productos como jabones, removedores y otros elementos necesarios para nuestros procesos de limpieza, que estén alineados con nuestro propósito fundamental de cuidar el medio ambiente. Nos esforzamos por encontrar opciones que sean cada vez más respetuosas con el entorno, promoviendo así prácticas sostenibles y responsables en todas nuestras operaciones. Además de la mejora constante de nuestros recursos y productos, reconocemos la importancia de ampliar nuestro portafolio de servicios para satisfacer las crecientes necesidades y expectativas de nuestros clientes. Esto incluye la exploración de nuevas áreas de especialización, la introducción de servicios complementarios y la personalización de nuestras ofertas para adaptarnos a las demandas específicas de cada cliente. Por último, pero no menos importante, nos comprometemos a seguir invirtiendo en el desarrollo y la capacitación de nuestro equipo en una variedad de áreas clave. Esto incluye la formación en marketing, servicio al cliente y otras habilidades relevantes, con el objetivo de garantizar que cada miembro de nuestro equipo esté equipado con los conocimientos y las habilidades necesarias para brindar un servicio excepcional y satisfacer las necesidades cambiantes de nuestros clientes.

- **Riesgos:** En el contexto de nuestros servicios, es importante reconocer que nuestras máquinas requieren una fuente de energía para su funcionamiento óptimo. Esta necesidad de energía puede plantear ciertos riesgos potenciales en el hogar del cliente. Uno de estos riesgos es la posibilidad de una sobrecarga de energía, que puede ocurrir si las capacidades eléctricas de la vivienda no son compatibles con el consumo adicional que nuestras máquinas pueden requerir durante el proceso de limpieza. Esta situación podría provocar cortocircuitos o daños en los equipos eléctricos, lo cual es un riesgo que debemos abordar y mitigar de manera proactiva. Además, otro riesgo que debemos considerar es la posibilidad de problemas en la producción por parte de

nuestros proveedores. Dependemos de una cadena de suministro eficiente y confiable para obtener los insumos necesarios para nuestro servicio, como los productos de limpieza y otros materiales utilizados en nuestros procesos. Si nuestros proveedores enfrentan dificultades en la producción, ya sea por problemas logísticos, escasez de materia prima u otros desafíos, esto podría afectar nuestra capacidad para brindar un servicio continuo y de calidad a nuestros clientes. Por lo tanto, es fundamental que estemos preparados para enfrentar estos posibles riesgos y tomar medidas preventivas para mitigar su impacto en nuestra operación y en la satisfacción del cliente. Esto podría implicar, por ejemplo, llevar a cabo inspecciones eléctricas previas en el hogar del cliente para identificar y resolver posibles problemas de capacidad eléctrica antes de iniciar el servicio. Del mismo modo, podríamos implementar estrategias de diversificación de proveedores o establecer relaciones de colaboración más estrechas con nuestros proveedores clave para reducir la vulnerabilidad ante problemas de producción

7. VALIDACIÓN COMERCIAL

7.1 Construcción de marca

Superclean es una marca que busca reflejar limpieza, eficacia, buena energía, hogar y profesionalismo, queremos transmitir experiencia y calidad en nuestros servicios en la comodidad de su hogar, brindamos precios justos con servicio excepcional, maquinaria de primera calidad e implementos ecológicos.

- La personalidad de la marca se caracteriza por tres colores Blanco, verde y azul.

- Slogan: "Limpiamos con pasión, brillamos con excelencia"

Figura 29 Colores y logo SuperClean



Fuente, elaboración propia

7.2 Meta de ventas

La venta mensual de Superclean experimenta una notable variabilidad a lo largo del año, presentando cifras que oscilan entre los 3.500.000 y 4.000.000 de pesos colombianos. Esta variación puede atribuirse a una serie de factores, entre ellos la estacionalidad de la demanda de servicios de limpieza, que puede estar influenciada por diferentes variables como las temporadas de vacaciones, cambios climáticos o eventos especiales. Además, otros factores internos y externos, como la efectividad de nuestras estrategias de marketing, la competencia en el mercado, las condiciones económicas generales y la situación de la pandemia, también pueden influir en el rendimiento de nuestras ventas mensuales. Además, estamos explorando la posibilidad de implementar programas de fidelización de clientes y promociones especiales para incentivar las ventas durante los períodos de menor actividad. Asimismo, estamos evaluando la viabilidad de expandir nuestra oferta de servicios para

satisfacer las necesidades cambiantes de nuestros clientes y alcanzar nuevos segmentos de mercado.

7.2.1 Pronóstico de ventas mensual

El pronóstico de venta mensual se desarrolló teniendo en cuenta las fechas que más se tienen servicios a lo largo del año y se les denomino (Oportunidades) a su vez se le agrego a cada oportunidad un aproximado de venta mensual que se podría lograr teniendo en cuenta las ventas de los años pasados, como se identifica los meses que mejores resultados pueden tener son , por otro lado lo ganado es las ventas que se han obtenido en el transcurso de los meses que han pasado en lo que llevamos de este año y el pasado para que sumen 12 meses. Con todo lo anterior según las oportunidades anuales las ventas anuales serian de \$8.650.000 y lo ganado en el año 2023 se espera que sean \$8.850.000

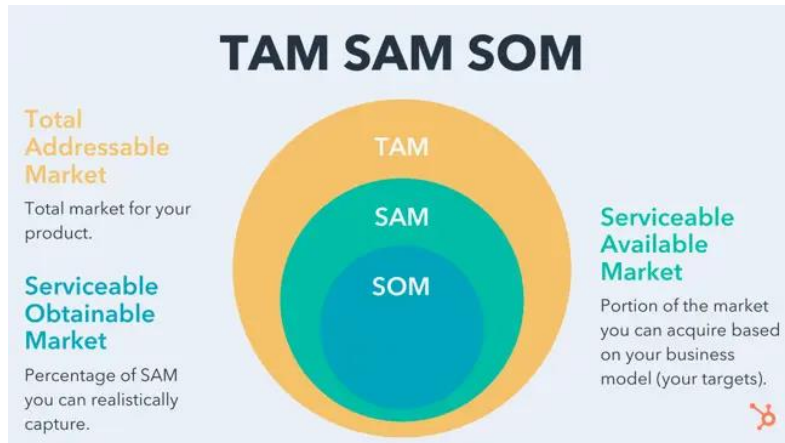
7.3 Número de nuevos clientes y ticket promedio actual.

Con base al funnel de ventas y con ayuda de la proyección del TAM SAM SOM, podemos estimar que los clientes nuevos mensuales estarán en un rango entre 10 a 15, dependiendo del mes, puesto que hay meses que en el mercado son más comerciales que otros, así mismo poniendo un numero en la mitad de esta métrica (12) y haciendo un promedio de ventas por mes se tendría un ticket promedio de \$103.000 ya que las ventas anuales son de \$8.650.000 que dividido en 12 (meses totales) y luego dividido en 7 (clientes promedio) nos daría este resultado

8. ESTRATEGIA DE MARKETING

8.1 Definición TAM – SAM – SOM

Figura 30 TAM SAM SOM



Fuente, Hubspot

- **TAM (Total Addressable Market):** El TAM representa el universo de posibles clientes que residen en la ciudad de Bogotá, específicamente aquellos que pertenecen al estrato medio alto y que poseen muebles, alfombras o automóviles en sus hogares. Este mercado potencial abarca una amplia gama de consumidores que podrían estar interesados en los servicios de limpieza a vapor ofrecidos por nuestra empresa.
- **SAM (Serviceable Addressable Market):** El SAM se enfoca en aquellos individuos dentro del área geográfica de Bogotá y sus alrededores que tienen un interés específico en el lavado de muebles. Este segmento de mercado representa una porción del TAM que la empresa puede atender de manera efectiva y realista, brindando soluciones de limpieza a medida para satisfacer las necesidades de los clientes.
- **SOM (Share of Market):** Por último, el SOM se refiere a la parte del mercado que nuestra empresa realmente captura o espera capturar. En este caso, nos centramos en las personas que están activamente presentes en redes sociales y que muestran interés en los servicios de lavado a vapor en la ciudad de Bogotá. Este segmento específico

representa la cuota de mercado que esperamos adquirir a través de nuestras estrategias de marketing y promoción, así como de la calidad y eficacia de nuestros servicios de limpieza

8.2 Funnel de ventas y actividades comerciales.

Figura 31 Basic sales funnel



Fuente, Forbes ADVISOR

- **Atracción:** Para la fase inicial del embudo de ventas, nos enfocaremos en atraer a los clientes a través de nuestras plataformas digitales, con un enfoque especial en nuestras redes sociales, especialmente en Instagram, que será nuestra principal herramienta para captar la atención de nuestro público objetivo y proporcionarles información detallada sobre nuestros servicios. En esta plataforma, compartiremos los resultados de nuestros servicios, permitiendo a los clientes potenciales conocer de primera mano las experiencias de otros usuarios, así como obtener información sobre cómo acceder a ellos. También compartiremos detalles sobre los servicios que ofrecemos, números de contacto, imágenes de resultados y más. La inversión en publicidad pagada será

fundamental en esta etapa, ya que nos permitirá amplificar nuestro alcance y generar conciencia sobre Superclean y lo que ofrecemos. Es crucial que monitoreemos de cerca el crecimiento de nuestros seguidores en redes sociales, ya que esto nos proporcionará una idea de la efectividad de nuestras estrategias de marketing. Posteriormente, analizaremos la cantidad de seguidores que se convierten en clientes y cuándo ocurren estas conversiones, lo que nos permitirá evaluar el impacto de nuestro contenido en el proceso de toma de decisiones de compra de nuestros clientes potenciales.

- **Interacción:** En esta fase siguiente, es óptimo que nuestros clientes ya estén siguiendo nuestras redes sociales. Esto nos permite comprender mejor sus preferencias y gustos, lo que nos ayuda a adaptar nuestro contenido en plataformas como Instagram, incluyendo reels, videos de transformaciones y más. Esta personalización del contenido nos permite mantener a los clientes informados sobre nuestras novedades y establecer una conexión más cercana con ellos. Durante esta etapa, vamos a evaluar el nivel de interacción de nuestros nuevos seguidores, comparándolo con períodos anteriores, lo que nos proporcionará información valiosa sobre qué tipo de publicaciones o historias generan mayor interés entre nuestros clientes.
- **Conversión:** Nuestro enfoque será motivar a los clientes a contratar nuestros servicios mediante la exhibición de resultados impactantes de "antes y después". Estos ejemplos generarán expectativas sobre la transformación que pueden experimentar en los muebles de sus hogares, lo que los animará a aprovechar nuestros servicios. Otra estrategia efectiva será ofrecer descuentos en la adquisición de paquetes que incluyan varios servicios. Esto no solo proporcionará un incentivo adicional para contratar múltiples servicios, sino que también representará un ahorro significativo para el

cliente. Además, nos comprometemos a brindar una atención personalizada en cada paso del proceso. Desde la solicitud de cotización hasta la programación y la ejecución del servicio, nuestros clientes recibirán un acompañamiento completo y dedicado. Esta atención personalizada garantiza una experiencia sin problemas y satisfactoria para cada cliente, lo que refuerza su confianza en nuestros servicios y fortalece nuestra relación con ellos.

- **Fidelización:** Con el firme propósito de consolidar la fidelidad de nuestros clientes, queremos diseñar una estrategia innovadora que contempla el envío periódico de recordatorios, cuidadosamente elaborados, con el objetivo de mantenerlos informados sobre los innumerables beneficios que conlleva mantener sus espacios limpios y ordenados. En este sentido, nos enfocaremos en resaltar los múltiples beneficios que una limpieza regular puede aportar a la salud física, mental y emocional de nuestros clientes. Desde la reducción de alérgenos y gérmenes que pueden afectar la salud respiratoria, hasta el fomento de un ambiente de calma y armonía que contribuye a la salud emocional y la productividad en el trabajo, nos aseguraremos de abordar todos los aspectos relevantes para nuestros clientes. Además, destacaremos cómo mantener un entorno limpio y ordenado puede tener un impacto positivo en otros aspectos de la vida cotidiana, como la calidad del sueño, la concentración y el bienestar general. Al mismo tiempo, subrayaremos la importancia de contar con el apoyo de profesionales en servicios de limpieza, como los que ofrecemos en nuestra empresa, para garantizar resultados óptimos y un ambiente verdaderamente higiénico y saludable.

8.3 Lanzamiento

El lanzamiento de Superclean tuvo lugar en noviembre de 2019, En ese momento, nos aventuramos en este desafiante mercado equipados con tan solo dos máquinas y un conjunto básico de herramientas. Desde entonces, hemos trabajado incansablemente para consolidar nuestra presencia y hacer crecer nuestro negocio, siempre comprometidos con la excelencia y la satisfacción del cliente. Uno de los aspectos clave en el desarrollo de nuestra estrategia de precios fue realizar un exhaustivo análisis de mercado. Esta investigación nos permitió comprender las dinámicas del sector y establecer precios competitivos que reflejen el valor real de nuestros servicios. Sin embargo, es importante destacar que nuestra filosofía empresarial se centra en la personalización y la atención individualizada a las necesidades de cada cliente. En este sentido, nuestros precios son completamente personalizados y adaptados a las características únicas de cada mueble y situación específica. Entendemos que cada pieza de mobiliario tiene sus propias particularidades, como su tamaño, material, nivel de desgaste y otros factores relevantes. Por lo tanto, nuestros precios se determinan teniendo en cuenta estos detalles, lo que nos permite ofrecer tarifas justas y transparentes que reflejen el trabajo y la dedicación que invertimos en cada proyecto.

Nuestro servicio fue validado a través del poder de la voz a voz, aprovechando las recomendaciones y menciones en las historias de amigos y conocidos en Instagram. Esta estrategia nos permitió alcanzar una amplia audiencia, reflejada en nuestros aproximadamente 1.640 seguidores actuales. Este sólido número de seguidores no solo indica un interés genuino en nuestro emprendimiento, sino que también representa un grupo activo y comprometido que está potencialmente interesado en interactuar y convertirse en clientes de nuestros servicios.

8.4 Presupuesto de marketing

En Superclean se han invertido en marketing al rededor del 5.000.000 COP distribuidos de la siguiente forma:

- Dotación: Gorras. Hoodies, rompe vientos, overoles.
- Tarjetas
- Sticker imán carro
- Cursos marketing
- Publicidad Instagram y Facebook

9. ASPECTOS LEGALES

9.1. Riesgos jurídicos y tributarios

- Incumplimiento de obligaciones tributarias: La empresa debe cumplir con todas las obligaciones tributarias, como la presentación de declaraciones de impuestos, el pago de impuestos, entre otros. El incumplimiento de estas obligaciones puede resultar en sanciones y multas.
- Responsabilidad fiscal: Los administradores o dueños de la empresa pueden ser considerados responsables fiscales si se determina que han actuado de manera negligente o fraudulenta en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.
- Falta de registro: Es fundamental que la empresa esté debidamente registrada ante las autoridades competentes, como la Cámara de Comercio, el Ministerio de Hacienda y la DIAN. La falta de registro puede acarrear multas y sanciones legales significativas. Es importante cumplir con todos los requisitos y procedimientos establecidos por estas entidades para garantizar la legalidad y el cumplimiento normativo de la empresa. Además, el registro adecuado también permite acceder a beneficios fiscales y otros servicios proporcionados por las autoridades pertinentes.

- Incumplimiento de regulaciones de protección al consumidor: La empresa está obligada a cumplir con las regulaciones de protección al consumidor, lo cual implica ofrecer productos de calidad, abstenerse de realizar publicidad engañosa y respetar los derechos de los consumidores, entre otros requisitos. Esto incluye proporcionar información veraz y clara sobre los productos, ofrecer garantías adecuadas, manejar adecuadamente las quejas y reclamaciones de los clientes, y asegurarse de que los productos cumplan con los estándares de seguridad establecidos. El incumplimiento de estas regulaciones puede dar lugar a acciones legales y sanciones por parte de las autoridades competentes.
- Violación de derechos de autor y propiedad intelectual: La empresa tiene la responsabilidad de garantizar que los productos que ofrece no infrinjan los derechos de autor o propiedad intelectual de terceros. El incumplimiento de estas regulaciones puede llevar a sanciones legales y enfrentar demandas judiciales. Es importante asegurarse de obtener los permisos y licencias necesarios, así como de respetar los derechos de propiedad intelectual al desarrollar, fabricar o comercializar productos. Esto implica evitar la reproducción no autorizada, la falsificación o cualquier otra actividad que pueda violar los derechos de propiedad intelectual de otros.
- Problemas laborales: La empresa tiene la obligación de cumplir con las regulaciones laborales correspondientes, lo cual implica proporcionar salarios y prestaciones justas a sus empleados, respetar las leyes laborales vigentes y asegurar un entorno de trabajo seguro y saludable. Esto incluye cumplir con los estándares de seguridad ocupacional, protección contra la discriminación y el acoso, y cumplir con los requisitos relacionados con las horas de trabajo y descanso.

9.2. Planeación legal

- Elección de la forma jurídica: Superclean tiene la opción de ser operada tanto como persona natural o jurídica, y es crucial elegir la forma jurídica adecuada para la empresa. Es importante considerar diversos factores, como la responsabilidad legal, los impuestos, la estructura organizativa y las necesidades futuras de la empresa al tomar esta decisión.
- Registro de la empresa: Superclean tiene la responsabilidad de llevar a cabo su registro ante las autoridades competentes, como la Cámara de Comercio y la DIAN. Es esencial cumplir con todos los requisitos y regulaciones aplicables al momento de registrar la empresa, asegurándose de seguir los procedimientos establecidos y proporcionar la documentación necesaria para el proceso de registro.
- Protección de propiedad intelectual: La empresa tiene la obligación de garantizar que los productos o servicios que ofrece no infringen los derechos de autor o propiedad intelectual de terceros.
- Regulaciones de protección al consumidor: La empresa tiene la responsabilidad de cumplir con las regulaciones de protección al consumidor, lo cual implica ofrecer productos y servicios de calidad, abstenerse de realizar publicidad engañosa, respetar los derechos de los consumidores, y cumplir con otros requisitos establecidos.

9.3. Registro y formalización

1. Verificar la disponibilidad del nombre: Es importante realizar una comprobación de la disponibilidad del nombre antes de proceder al registro de la empresa. Se debe verificar que el nombre seleccionado no esté en uso por otra compañía en Colombia. Esta verificación se puede llevar a cabo utilizando el portal proporcionado por la Cámara de Comercio.

2. Registrar la empresa en la Cámara de Comercio: Para realizar el registro de la empresa, hay que presentar el formulario de inscripción ante la Cámara de Comercio correspondiente a la ciudad donde se pretende establecer la tienda. En dicho formulario, se deberá suministrar datos relacionados con la empresa, tales como el nombre, la actividad principal, la estructura legal, y otros aspectos relevantes
3. Obtener el NIT: Después de completar el proceso de registro empresarial en la Cámara de Comercio, es necesario obtener el NIT (Número de Identificación Tributaria) correspondiente a la compañía. Esta gestión puede llevarse a cabo mediante la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales).
4. Obtener los permisos y licencias necesarios: Según el tipo de negocio, es posible que se soliciten permisos y licencias adicionales, como los permisos de uso de suelo, permisos sanitarios y otros. Es fundamental verificar los requisitos particulares correspondientes a la ciudad en la que se tiene la intención de establecer la tienda.
5. Registrar los libros contables: La empresa debe mantener un seguimiento detallado de todas sus transacciones contables, y dichos registros deben estar adecuadamente estructurados en libros contables. En la Cámara de Comercio se deben inscribir estos libros.

10. RENTABILIDAD

10.1. Margen de contribución por producto o servicio

Superclean opera con dos líneas de negocio distintas: una dedicada al sector vehicular y otra enfocada en el ámbito del hogar. Dentro de estas dos líneas, los servicios más destacados y demandados son el lavado de colchones, sofás y tapetes. Estos servicios son muy populares por su eficacia para eliminar manchas, olores y ácaros, contribuyendo a la

creación de espacios limpios y saludables en vehículos y hogares de nuestros clientes. La atención especializada que ofrecemos en la limpieza de colchones y sofás es uno de nuestros principales pilares, respaldado por años de experiencia y la aplicación de técnicas y productos especializados que garantizan resultados excepcionales.

Costos Variables:

Nuestros servicios varían en función de varios factores importantes. El primero es el tamaño del mueble, ya que esto puede influir en la complejidad del trabajo requerido. Además, consideramos el estado de desgaste del mueble, lo cual puede afectar tanto el tiempo necesario para realizar el servicio como los materiales que necesitaremos utilizar. Finalmente, también tenemos en cuenta la distancia que debemos desplazarnos para llegar a su ubicación, ya que esto influye en nuestros costos operativos y en la logística del servicio. Por favor, póngase en contacto con nosotros para obtener una cotización personalizada y detallada basada en sus necesidades específicas.

Costos Unitarios:

Los costos unitarios de un servicio en SuperClean son los siguientes:

Figura 32 Lavado sofá

Lavado Sofá 1 o 2 puestos					
Rubro	Tipo	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Total
Suavizante	Gasto unitario	1	100 ml	\$ 1.200	\$ 1.200
Removedor	Gasto unitario	1	500 ml	\$ 5.000	\$ 5.000
Transporte	Gasto unitario	1	2 COP	\$ 30.000	\$ 30.000
Costo unitario total lavado sofá 1 o 2 puestos					\$ 36.200
Precio de venta lavado sofá 1 o 2 puestos		\$	140.000		

Fuente, Elaboración propia.

Figura 33 Lavado Colchón

Lavado Colchon Doble					
Rubro	Tipo	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Total
Suavizante	Gasto unitario	1	ml	\$ 1.200	\$ 1.200
Removedor	Gasto unitario	1	ml	\$ 5.000	\$ 5.000
Transporte	Gasto unitario	1	COP	\$ 30.000	\$ 30.000
Costo unitario total lavado colchon doble					\$ 36.200
Precio de venta lavado colchon doble		\$	150.000		

Fuente, Elaboración propia.

Figura 34 Lavado Tapete

Lavado tapete liso 1.60 x 1.20					
Rubro	Tipo	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Total
Removedor	Gasto unitario	1	500 ml	\$ 5.000	\$ 5.000
Suavizante	Gasto unitario	1	200 ml	\$ 2.400	\$ 2.400
Agua	Gasto unitario	1	6 m3	\$ 20.280	\$ 20.280
Luz	Gasto unitario	1	2 horas	\$ 6.800	\$ 6.800
Embalaje	Gasto unitario	1	-	\$ 2.200	\$ 2.200
Transporte	Gasto unitario	1	-	\$ 24.000	\$ 24.000
Costo unitario total lavado tapete liso 1.60 x 1.20					\$ 60.680
Precio de venta lavado tapete liso 1.60 x 1.		\$	90.000		

Fuente, elaboración propia.

Figura 35 Lavado Carro

Lavado Carro					
Rubro	Tipo	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Total
Removedor	Gasto unitario	1	1 L	\$ 10.000	\$ 10.000
Silicona	Gasto unitario	1	250ml	\$ 10.000	\$ 10.000
Suavizante	Gasto unitario	1	200ml	\$ 2.400	\$ 2.400
Transporte	Gasto unitario	1	COP	\$ 30.000	\$ 30.000
Costo unitario total lavado carro					\$ 52.400
Precio de venta lavado carro		\$	280.000		

Fuente, elaboración propia.

Costos Fijos: Considerando que los costos fijos son gastos recurrentes y fundamentales para el funcionamiento del emprendimiento, SuperClean ha identificado los siguientes:

- Servicio de energía
- Servicio de agua
- Suavizante
- Removedor
- Embalaje

Figura 36 . Costos fijos

Costos fijos		
Rubro	Monto mensual	Monto anual
Servicio energía	\$ 18.000	\$ 216.000
Servicio de agua	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Suavizante	\$ 25.000	\$ 300.000
Removedor	\$ 90.000	\$ 1.080.000
Embalaje	\$ 11.000	\$ 132.000
	\$ -	\$ -
Total	\$ 244.000	\$ 2.928.000

Fuente, elaboración propia

Gastos Fijos: Los gastos fijos son costos constantes e indispensables para el funcionamiento de una empresa, y no cambian con el nivel de producción o ventas. Estos costos aseguran la operación continua y eficiente del negocio. SuperClean ha identificado los siguientes:

- Publicidad en redes sociales
- Remuneración
- Transporte
- Guates y toallas

Figura 37. Gastos fijos

Gastos fijos		
Rubro	Monto mensual	Monto anual
Publicidad	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Remuneración equipo emprendedor	\$ 1.300.000	\$ 15.600.000
Transporte	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Guantes y toallas desechables	\$ 27.000	\$ 324.000
Total	\$ 1.547.000	\$ 18.564.000

Fuente, elaboración propia.

Ahora bien, en la siguiente tabla podrá identificar cual es el margen tanto en pesos como en porcentaje de cada uno de los 4 servicios.

Figura 38 Resumen Financiero

Concepto	Costo unitario	Comisión Datafono	Comisión Ventas	Precio	MC (En pesos)	MC (En %)	PE Excluyente (En pesos)	PE Excluyente (En unidades)	Participación
Lavado Sofá 1 o 2 puestos	\$ 36.200	\$ -	\$ -	\$ 140.000	\$ 103.800	74%	\$ 2.415.607	17	30%
Lavado Colchon Doble	\$ 36.200	\$ -	\$ -	\$ 150.000	\$ 113.800	76%	\$ 2.360.721	16	40%
Lavado tapete liso 1.60 x 1.20	\$ 60.680	\$ -	\$ -	\$ 90.000	\$ 29.320	33%	\$ 5.497.613	61	20%
Lavado Carro	\$ 52.400	\$ -	\$ -	\$ 280.000	\$ 227.600	81%	\$ 2.203.339	8	10%
Desfase participación									0%

Fuente, elaboración propia.

10.2. Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto

Figura 39. Punto de equilibrio mensual

Punto de equilibrio consolidado (Mensual)				
Concepto	Unidades a vender	Costo de ventas	Ingreso	Utilidad Bruta
Lavado Sofá 1 o 2 puestos	6	\$ 206.638	\$ 799.153	\$ 592.515
Lavado Colchon Doble	7	\$ 257.150	\$ 1.065.538	\$ 808.388
Lavado tapete liso 1.60 x 1.20	6	\$ 359.205	\$ 532.769	\$ 173.564
Lavado Carro	1	\$ 49.852	\$ 266.384	\$ 216.533
Total	\$ 20	\$ 872.845	\$ 2.663.845	\$ 1.791.000

Fuente, elaboración propia.

Como podemos observar, nuestro punto de equilibrio se encuentra en un nivel medio. Sin embargo, es importante destacar que hemos logrado alcanzar y mantener este punto de equilibrio de manera consistente a lo largo del tiempo. Esta constancia refleja nuestra capacidad para gestionar adecuadamente los recursos y adaptar nuestras estrategias a las condiciones del mercado. Gracias a nuestros esfuerzos continuos y a una planificación financiera sólida, hemos podido asegurar la estabilidad y sostenibilidad de nuestro negocio, cumpliendo con nuestros objetivos financieros de manera eficiente.

Figura 40. Punto de equilibrio anual

Punto de equilibrio consolidado (Anual)				
Concepto	Unidades a vender	Costo de ventas	Ingreso	Utilidad Bruta
Lavado Sofá 1 o 2 puestos	68	\$ 2.479.659	\$ 9.589.841	\$ 7.110.182
Lavado Colchon Doble	85	\$ 3.085.798	\$ 12.786.454	\$ 9.700.657
Lavado tapete liso 1.60 x 1.20	71	\$ 4.310.456	\$ 6.393.227	\$ 2.082.771
Lavado Carro	11	\$ 598.223	\$ 3.196.614	\$ 2.598.390
Total	\$ 236	\$ 10.474.136	\$ 31.966.136	\$ 21.492.000

Fuente, elaboración propia.

11. Anexos

SUPERCLEAN
Soluciones de Limpieza
Cra 60D 97 - 62 Barrio Los Andes
Teléfonos: 317 22 11 960 - 310 3111 544

ORDEN DE SERVICIO
N° 081

CLIENTE: Christian Hervas FECHA: Sub 13 Feb 2021
DIRECCION: Cra 8 147-57 No 403 TELEFONO: _____

CANT	SERVICIO	ESTADO	DIMENSION	VR UN	VR TOTAL
1	Rb Hirona Gris	8110	1 puestp 50	50	50
OBSERVACIONES				TOTAL	50.000
Domilio 10 am,					

RECIIBIDO _____ SUPERCLEAN _____
El presente documento es un comprobante de la realización de un servicio en cumplimiento a una factura de pago.

SUPERCLEAN
Soluciones de Limpieza
Cra 60D 97 - 62 Barrio Los Andes
Teléfonos: 317 2211 960 - 310 3111 544

ORDEN DE SERVICIO

CLIENTE: A prender - Centro Educativo FECHA: Noviembre 18 de 2022
DIRECCION: Cra 17A # 127a-60 TELEFONO: 314 7316650

ORDEN DE SERVICIO

Servicio de Lavado y Desinfección con vapor e hidroaspirado para los siguientes:

CANT	SERVICIO	ESTADO	DIMENSION	VR UN	VR TOTAL
1	Piso alfombrado		3,30 * 4,60	\$ 120.000	120.000,00
1	Piso alfombrado		3,70 * 1,90	\$ 100.000	100.000,00
1	Tapete decorativo gris		2,80 * 1,60	\$ 80.000	80.000,00
1	Tapete decorativo blanco		1,60 * 1,10	\$ 40.000	40.000,00
1	Tapete café oscuro a rayas		1,60 * 1,10	\$ 80.000	80.000,00
1	Tapete decorativo azul		1,60 * 1,10	\$ 30.000	30.000,00
1	Tapete pie de entrada		1,10 * 0,80	\$ 20.000	20.000,00
1	Tapete redondo entrada		80 * 50	\$ 20.000	20.000,00
2	Sofa con brazos		1,70	\$ 140.000	280.000,00
1	Sofa cama		1,60	\$ 70.000	70.000,00
1	Poltrona blanca			\$ 20.000	20.000,00
2	Silla verde			\$ 20.000	40.000,00
2	Puff cuadrado blanco			\$ 20.000	40.000,00
1	puff gris			\$ 20.000	20.000,00
El lavado del tapete café a rayas y tapete redondo no aplica ningún costo.					
SUB TOTAL					\$ 860.000,00
Descuento 10%					\$ 86.000,00
ADICIONAL TRANSPORTE					\$ 20.000,00
TOTAL					\$ 794.000,00

OBSERVACIONES
* Se aplica tarifa de re transporte adicional por el valor de \$20.000

Cliente	SUPERCLEAN
Entrega: Sra. Martha	Recibe: Diana Solano D
Recibe: _____	Entrega: Blanca Diaz

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Díaz, F. J. (2023, agosto). *Título del artículo*. *Revista de Ciencia y Tecnología*, 52(3), 34-45.

https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S0025-76802011000500004&script=sci_arttext&tlng=en

Jelpit. (2023, noviembre). *Conozca ventajas y beneficios de la limpieza a vapor*.

<https://www.jelpit.com/blog/hogar/conozca-ventajas-beneficios-limpieza-a-vapor/>

Kärcher. (2023, diciembre). *Kärcher International*. <https://www.kaercher.com/int/>

Montaña Salas, J. A. (2024, marzo). *Título del documento*. Repositorio EAFIT.

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/15993/JulianAndr%C3%A9s_Monta%C3%B1aSalas_2020.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Sunedu. (2023, septiembre). *Título del documento*. Repositorio de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria.

<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3007753>

Tangoa Villacorta, Á. (2024, febrero). *P220 puerto del conocimiento: 1 y 2 de primaria en comunidades Nahuatl-Hablantes de la Huasteca Potosina*. ResearchGate.

https://www.researchgate.net/profile/Angeles-Tangoa-Villacorta/publication/344273228_p220-puerto-del-conocimiento--1-y-2-de-primaria-en-comunidades-Nahuatl-Hablantes-de-la-Huasteca-Potosina-219/links/5f627d3592851c07896d7c55/p220-puerto-del-conocimiento--1-y-2-de-primaria-en-comunidades-Nahuatl-Hablantes-de-la-Huasteca-Potosina-219.pdf#page=78

Universidad de Chile. (2023, octubre). *Plan de negocios para una cadena de lavado de vehículos*. Repositorio de la Universidad de Chile.

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/132057/Plan-de-negocios-para-una-cadena-de-lavado-de-vehiculos.pdf?sequence=4>

Universidad Nacional de Psicología. (2024, enero). *Lavado a domicilio*. Repositorio de la Universidad Nacional de Psicología.

<https://repositorio.unp.edu.ni/400/1/Lavado%20a%20Domicilio.pdf>

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. (2024, abril). *Título del documento*. Repositorio Académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/654850>

Universidad de El Salvador. (2024, febrero). *Título del documento*. Repositorio de la Universidad de El Salvador. <https://oldri.ues.edu.sv/id/eprint/19943/>

Vaporetas24. (2023, septiembre). *¿Qué es limpiar con vapor?*

<https://vaporetas24.com/limpieza/que-es-limpiar-con-vapor/>