

**PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE LA EMPRESA  
LIMPIEZA YA EN EL MUNICIPIO DE EL BANCO, MAGDALENA**

**DANIELA MOYA MARTINEZ  
JORGE ANDRÉS HERNÁNDEZ PRADA  
MARIA ISABEL POLO**

**TUTOR**

**LUIS ALBERTO SÁNCHEZ GARCÍA**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS**

**PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DIPLOMADO EN INNOVACIÓN Y NUEVAS TENDENCIAS DE MARKETING**

**SANTA MARTA D.T.C.H**

**2021-I**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>17</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>18</b>
<b>1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....</b>	<b>20</b>
1.1.Misión .....	21
1.2.Visión .....	21
1.3.Valores Institucionales.....	22
1.4.Políticas de Responsabilidad con el ambiente.....	22
1.5. Instalaciones.....	22
1.6. Portafolio de servicios .....	23
1.6.1. Aseo sencillo.....	23
1.6.2. Aseo Completo .....	24
1.6.3. Aseo a Hoteles.....	25
1.6.4. Limpieza a Empresas .....	25
1.6.5. Lavado de Ropa.....	25
1.7.Ventas .....	26
<b>2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN .....</b>	<b>27</b>
2.1.ANÁLISIS DOFA.....	27
2.2.ANÁLISIS CRÍTICO .....	28
2.3.MACROENTORNO .....	29
2.3.1. Entorno económico .....	29
2.3.2. Entorno político .....	31
2.3.3. Entorno Legal .....	31
2.3.4. Entorno Social .....	32
2.3.5. Entorno Ambiental .....	33
2.3.6. Entorno Tecnológico .....	34
2.4.MICROAMBIENTE .....	35
2.4.1. Proveedores .....	35
2.4.2. Distribuidores .....	35
2.4.3. Competidores .....	36
2.4.4. Clientes .....	36
2.5.ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y TENDENCIAS .....	39
2.6.ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	40
2.6.1. Aux Limpieza .....	41
2.6.2. Maloquin Aseo y Jardinería.....	42
2.6.3. Clean House Sas.....	43
2.6.4. Empleadas domésticas Sas .....	44
2.7.ANÁLISIS DEL CLIENTE .....	42
<b>3. SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MARKETING. ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADOS PARA EL LANZAMIENTO DE LA EMPRESA LIMPIEZA YA EN EL MUNICIPIO DE EL BANCO, MAGDALENA .....</b>	<b>44</b>

3.1. Objetivo General .....	44
3.2. Objetivos específicos .....	44
3.3. Fuentes de Información .....	44
3.4. Técnica de Recolección: Encuesta .....	45
3.5. Ficha Técnica del Estudio.....	45
3.6. Modelo de Instrumento de Encuesta .....	46
3.6.1. Estructura de la Encuesta .....	46
3.6.2. Análisis de la Encuesta .....	50
4. ENFOQUE MERCADO-PRODUCTO .....	88
5. ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE MARKETING .....	90
5.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO .....	90
5.2. ESTRATEGIA DE PRECIO.....	92
5.2.1. Medios de pago .....	97
5.2.2. Momentos de verdad .....	98
5.2.3. Triángulo de servicios .....	99
5.2.3.1. Estrategia de servicios .....	100
5.2.3.2. Los sistemas.....	100
5.2.3.3. El personal.....	100
5.2.4. Flujo de Proceso de servicios .....	101
5.3. ESTRATEGIA DE PLAZA-DISTRIBUCIÓN .....	102
5.3.1. Canales de distribución directo .....	102
5.4. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN (COMUNICACIÓN) .....	104
5.4.1. Plan de Medios .....	105
5.4.1.1. Plan de Medios Off line.....	105
5.4.1.1.1. Radio .....	105
5.4.1.1.2. Prensa .....	108
5.4.1.2. Plan de medios Online .....	108
5.4.1.2.1. Estrategia SEM .....	108
5.4.1.2.2. Estrategia SEO .....	111
5.4.1.2.3. Estrategia de Redes Sociales.....	112

5.4.1.3. Volantes .....	119
5.5. Plan de RRPP .....	121
5.5.1. Demostraciones de servicios .....	121
5.5.2. Stand en Ferias de Servicio .....	122
5.5.3. Stand en Ferias de Servicio .....	123
5.6. Plan de Promoción en Ventas.....	125
5.6.1. Ofertas Especiales .....	126
5.6.2. Promociones a cambio de reviews .....	127
5.7. Plan de Ventas Personales .....	128
5.8. Plan de Marketing Directo .....	129
5.8.1. Chatbot .....	129
5.8.2. Telemarketing .....	130
5.8.3. Email Marketing .....	130
5.8.4. Plan de Fidelización .....	130
5.9. Presupuesto de Mercadeo .....	134
6. DATOS Y PROVISIONES FINANCIERAS .....	135
7. ORGANIZACIÓN.....	140
8. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN .....	145
9. EVALUACIÓN Y CONTROL.....	146
10. VIDEO PITCH .....	150
11. PROTOTIPO .....	151
12. RECOMENDACIONES .....	154
13. CONCLUSIONES .....	156
14. REFERENCIAS .....	158
15. ANEXOS.....	160

## LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1. Edad de los encuestados .....pág. 54**
- Gráfico 2. Género de los encuestados.....pág. 55**
- Gráfico 3. Estado civil .....pág. 57**
- Gráfico 4. Estratificación social .....pág. 58**
- Gráfico 5. ¿Cuál es su nivel de estudios académicos?.....pág. 60**
- Gráfico 6. Cuenta con uno o varios de estos bienes, seleccione los que considere tener?.....pág. 62**
- Gráfico 7. ¿Con qué frecuencia asea y desinfecta los bienes antes seleccionados?.....pág. 63**
- Gráfico 8. ¿Con cuántos colaboradores cuenta en el momento de realizar el aseo y desinfección de su hogar o empresa?.....pág. 65**
- Gráfico 9. ¿Cómo calificaría el servicio de limpieza y desinfección realizado por usted y sus colaboradores?.....pág. 67**
- Gráfico 10. ¿Considera qué por la pandemia causada por la COVID-19, es necesario cumplir con las medidas pertinentes como la desinfección y limpieza de los lugares que frecuenta y habita para prevenir y disminuir el contagio? .....pág. 69**

**Gráfico 11. ¿Ha contratado un servicio profesional de limpieza, después de la emergencia sanitaria para sentirse más seguro en su hogar o empresa?.....pág.70**

**Gráfico 12. ¿Se siente satisfecho(a) con el servicio profesional de limpieza que le han prestado?.....pág.72**

**Gráfico 13. ¿Estima usted que sea necesario seguir contactando este servicio profesional de limpieza contratado anteriormente y que el servicio cuenta con las condiciones de salubridad e higiene necesarias para prestar el servicio?.....pág. 74**

**Gráfico 14. ¿Estaría dispuesto a conocer una nueva empresa que preste un servicio más completo y apropiado a la hora de desinfectar, organizar y asear su hogar o empresa?.....pág. 76**

**Gráfico 15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio profesional de limpieza y desinfección?.....pág. 77**

**Gráfico 16. ¿Cuánto dinero gasta en productos de limpieza normalmente?.....pág. 78**

**Gráfico 17. ¿En qué horario le gustaría recibir el servicio profesional de aseo y desinfección??.....pág. 79**

**Gráfico 18. ¿Cuál red social utiliza con más frecuencia.....,pág. 80**

**Gráfico 19. ¿A través de qué medio le gustaría obtener información acerca del servicio de limpieza de LIMPIEZA YA?.....pág. 82**

**Gráfico 20. ¿Cuál es su estación de radio favorita?.....pág. 84**

**Gráfico 21. ¿Lee usted el periódico de Los Sures Noticias?.....pág.86**

**Gráfico 22. ¿Con qué frecuencia ve usted el canal de noticias Canal 12?.....pág.87**

**Gráfico 23. ¿ Qué calificación le da al servicio de Limpieza Ya según su experiencia?.....pág. 88**

**LISTA DE CUADROS**

**Cuadro 1. Análisis DOFA.....pág. 27**

**Cuadro 2. Análisis Crítico .....pág. 28**

**LISTA DE TABLAS**

<b>Tabla 1. Proveedor y Productos .....</b>	<b>pág. 36</b>
<b>Tabla 2. Clientes potenciales Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 38</b>
<b>Tabla 3. Competencia Aux Limpieza .....</b>	<b>pág. 41</b>
<b>Tabla 4. Competencia Maloquin Aseo y Jardinería .....</b>	<b>pág. 42</b>
<b>Tabla 5. Competencia Clean House Sas .....</b>	<b>pág. 43</b>
<b>Tabla 6. Competencia Empleadas domésticas.....</b>	<b>pág. 44</b>
<b>Tabla 7. Análisis del cliente .....</b>	<b>pág. 46</b>
<b>Tabla 7. Edad de los encuestados .....</b>	<b>pág. 53</b>
<b>Tabla 8. Género de los encuestados.....</b>	<b>pág. 55</b>
<b>Tabla 9. Estado civil .....</b>	<b>pág.56</b>
<b>Tabla 10. Estratificación social .....</b>	<b>pág. 58</b>
<b>Tabla 11. ¿Cuál es su nivel de estudios académicos?.....</b>	<b>pág. 59</b>
<b>Tabla 12. Cuenta con uno o varios de estos bienes, seleccione los que considere tener?.....</b>	<b>pág. 61</b>
<b>Tabla 13. ¿Con qué frecuencia asea y desinfecta los bienes antes seleccionados?.....</b>	<b>pág. 63</b>

**Tabla 14. ¿Con cuántos colaboradores cuenta en el momento de realizar el aseo y desinfección de su hogar o empresa?.....pág. 64**

**Tabla 15. ¿Cómo calificaría el servicio de limpieza y desinfección realizado por usted y sus colaboradores?.....pág. 66**

**Tabla 16. ¿Considera qué por la pandemia causada por la COVID-19, es necesario cumplir con las medidas pertinentes como la desinfección y limpieza de los lugares que frecuente y habita para prevenir y disminuir el contagio?.....pág. 68**

**Tabla 17. ¿Ha contratado un servicio profesional de limpieza, después de la emergencia sanitaria para sentirse más seguro en su hogar o empresa?.....pág. 70**

**Tabla 18. ¿Se siente satisfecho(a) con el servicio profesional de limpieza que le han prestado?.....pág. 71**

**Tabla 19. ¿Estima usted que sea necesario seguir contactando este servicio profesional de limpieza contratado anteriormente y que el servicio cuenta con las condiciones de salubridad e higiene necesarias para prestar el servicio?.....pág.73**

**Tabla 20. ¿Estaría dispuesto a conocer una nueva empresa que preste un servicio más completo y apropiado a la hora de desinfectar, organizar y asear su hogar o empresa?.....pág.75**

**Tabla 21. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio profesional de limpieza y desinfección?.....pág.77**

<b>Tabla 22. ¿Cuánto dinero gasta en productos de limpieza normalmente?.....</b>	<b>pág. 78</b>
<b>Tabla 23. ¿En qué horario le gustaría recibir el servicio profesional de aseo y desinfección??.....</b>	<b>pág. 80</b>
<b>Tabla 24. ¿Cuál red social utiliza con más frecuencia.....</b>	<b>pág. 81</b>
<b>Tabla 25. ¿A través de qué medio le gustaría obtener información acerca del servicio de limpieza de LIMPIEZA YA?.....</b>	<b>pág. 83</b>
<b>Tabla 26. ¿Cuál es su estación de radio favorita?.....</b>	<b>pág. 85</b>
<b>Tabla 27. ¿Lee usted el periódico de Los Sures Noticias?.....</b>	<b>pág.87</b>
<b>Tabla 28. ¿Con qué frecuencia ve usted el canal de noticias Canal 12.....</b>	<b>pág. 88</b>
<b>Tabla 29. ¿Qué calificación le da al servicio de Limpieza Ya según su experiencia?.....</b>	<b>pág. 89</b>
<b>TABLA 30. Matriz de Ansoff .....</b>	<b>pág 91</b>
<b>TABLA 31. Estrategia de Producto .....</b>	<b>pág 93</b>
<b>TABLA 32. Cálculo del precio de Venta del servicio de Aseo Sencillo.....</b>	<b>pág 96</b>
<b>TABLA 33. Cálculo del precio de Venta del servicio de Aseo Completo .....</b>	<b>pág 97</b>
<b>TABLA 34. Cálculo del precio de servicio de Lavado de Ropa .....</b>	<b>pág 98</b>

<b>TABLA 35. Cálculo del precio de servicio de Aseo a Hoteles .....</b>	<b>pág 99</b>
<b>TABLA 36. Cálculo del precio de servicio de Limpieza de empresas .....</b>	<b>pág 100</b>
<b>TABLA 37. Plan de medios Radio, Limpieza Ya .....</b>	<b>pág 109</b>
<b>TABLA 38 Plan de medios Prensa, Limpieza Ya. ....</b>	<b>pág 111</b>
<b>TABLA 39. Alcance promedio de la pauta en las Stories de Instagram en Colombia .....</b>	<b>pág 122</b>
<b>TABLA 40. Presupuesto y Cronograma del Plan de medios.....</b>	<b>pág 123</b>
<b>TABLA 41. Presupuesto Volantes Publicitarios. ....</b>	<b>pág 123</b>
<b>TABLA 42. Presupuesto y Calendario Plan de Relaciones Públicas .....</b>	<b>pág 129</b>
<b>TABLA 43. Presupuesto Total de Mercadeo. ....</b>	<b>pág 135</b>
<b>TABLA 44. Datos y provisiones financieras Aseo Sencillo.....</b>	<b>pág 136</b>
<b>TABLA 45. Datos y provisiones financieras Aseo Completo.....</b>	<b>pág 137</b>
<b>TABLA 46. Datos y provisiones financieras Lavado de ropa .....</b>	<b>pág 137</b>
<b>TABLA 47. Datos y provisiones financieras servicio de Aseo a Hoteles .....</b>	<b>pág 138</b>
<b>TABLA 48. Datos y provisiones financieras Servicio de Limpieza a Empresas .....</b>	<b>pág 138</b>
<b>Tabla 49. Estado de resultado Empresa Limpieza Ya .....</b>	<b>pág 139</b>

**TABLA 50. Manual de funciones empleados Empresa Limpieza Ya .....pág 141**

**TABLA 51. Cronograma de Actividades.....pág 145**

**Tabla 52. Mapa Estratégico Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard Limpieza  
Ya .....pág 146**

## LISTA DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1. Logo Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 20</b>
<b>Ilustración 2. Valores Institucionales Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 22</b>
<b>Ilustración 3. Servicio de Aseo sencillo.....</b>	<b>pág. 24</b>
<b>Ilustración 4. Servicio de Aseo Completo.....</b>	<b>pág. 25</b>
<b>Ilustración 5: Canal de distribución.....</b>	<b>pág. 37</b>
<b>Ilustración 6. Formato de encuesta .....</b>	<b>pág. 49</b>
<b>Ilustración 7. Momentos de verdad .....</b>	<b>pág. 101</b>
<b>Ilustración 8. Triángulo de Servicios .....</b>	<b>pág. 102</b>
<b>Ilustración 9. Flujo de Proceso de Servicios.....</b>	<b>pág. 104</b>
<b>Ilustración 10. Canal de distribución Directo.....</b>	<b>pág. 105</b>
<b>Ilustración 11. La distribución del servicio de Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 106</b>
<b>Ilustración 12. Herramientas SEM Semrush.....</b>	<b>pág. 112</b>
<b>Ilustración 13. Keywords relacionadas con aseo y limpieza .....</b>	<b>pág. 113</b>
<b>Ilustración 14. Herramientas SE Ranking .....</b>	<b>pág. 113</b>
<b>Ilustración 15. Google Search Console .....</b>	<b>pág. 115</b>
<b>Ilustración 16. Homepage Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 116</b>
<b>Ilustración 17. Página de Facebook Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 117</b>
<b>Ilustración 18. Publicación en página de Facebook Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 118</b>
<b>Ilustración 19. Perfil de Instagram Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 119</b>
<b>Ilustración 20. Sorteos y concursos en redes sociales.....</b>	<b>pág. 120</b>

<b>Ilustración 21. Creación de anuncio en Stories de Instagram .....</b>	<b>pág. 121</b>
<b>Ilustración 22. Volantes de Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 124</b>
<b>Ilustración 23. Demostración de Servicios de Limpieza Ya.....</b>	<b>pág. 126</b>
<b>Ilustración 24. Modelo de Stand de feria de servicios.....</b>	<b>pág. 127</b>
<b>Ilustración 25 Personal de Limpieza Ya.....</b>	<b>pág. 128</b>
<b>Ilustración 26. Cupón de descuento .....</b>	<b>pág.130</b>
<b>Ilustración 27. Testimonio de un cliente de Limpieza ya .....</b>	<b>pág. 131</b>
<b>Ilustración 28. Chatbot .....</b>	<b>pág. 133</b>
<b>Ilustración 29. Organigrama Actual de la Empresa Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 139</b>
<b>Ilustración 30. Nuevo Organigrama de la Empresa Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 143</b>
<b>Ilustración 31. Video Pitch Empresa Limpieza Ya .....</b>	<b>pág. 148</b>
<b>Ilustración 32. Prototipo de servicios: Aseo sencillo, Aseo completo y Lavado de Ropa.....</b>	<b>pág. 149</b>
<b>Ilustración 33. Prototipo de servicios Aseo a Hoteles y Limpieza para empresas .....</b>	<b>pág. 150</b>
<b>Ilustración 34. Prototipo de servicio Lavado de Ropa.....</b>	<b>pág. 151</b>

## LISTA DE ANEXOS

**Anexo 1. Preguntas de la encuesta.....pág. 159**

**Anexo 2. Solicitud elaboración de encuesta .....pág. 160**

**Anexo 3. Solicitud de Cotización Los Sures Noticias .....pág. 161**

## INTRODUCCIÓN

Actualmente, para la comercialización de productos y servicios en los diferentes mercados, es necesario utilizar herramientas que permitan a las empresas obtener una participación mayor en su mercado objetivo, dar a conocer sus actividades y captar el mayor número de clientes. Es por ello, que el marketing es la herramienta esencial para promover una organización y brindarle una ventaja competitiva.

La implementación de un plan de marketing estratégico permite a las organizaciones conocer las necesidades de sus clientes, a la vez desarrollar servicios e identificarse con su marca en el mercado utilizando promociones, ofertas en los medios de comunicación, y en especial las redes sociales. (Kerin, Hartley & Rudelius:2014).

La empresa Limpieza Ya, es una empresa colombiana, que brinda servicios de limpieza y organización de diferentes entidades, cuenta con un equipo de profesionales conscientes de las necesidades y requerimientos de sus clientes y a través de un plan de marketing estratégico, planea posicionarse en el sector de su actividad económica, promoviendo la oportunidad de realizar estrategias de marketing para poder ejecutar, direccionar sus actividades y de esta manera mejorar sus ventas, además de posicionarse en el mercado magdalenense de las empresas de limpieza; ya que cumple con los requisitos para ser una empresa líder en la región.

## RESUMEN EJECUTIVO

Ante la importancia del problema de orden y limpieza dentro de los hogares y empresas, se han creado empresas especialistas en limpieza quienes de alguna forma miden la efectividad de la limpieza y la organización dentro de los hogares y dan solución cuando de alguna manera estos espacios no están completamente limpios y ordenados, creando soluciones y servicios integrales a la hora de limpiar nuestros espacios.

Limpieza Ya, es una empresa colombiana, creada en el corregimiento del Banco, Magdalena en noviembre de 2020, fundada por Fabio Teherán y Daniela Moya quienes buscan ofrecer un servicio integral de limpieza y aseo en diferentes organizaciones como: en las escuelas, empresas del sector público y privado y los hogares de esta región.

Limpieza Ya, es una empresa nueva que se encuentra en un período de crecimiento y lo está haciendo de la mejor manera, la premisa de esta empresa es “el orden, la organización y la limpieza van de la mano y juntas juegan un papel importante dentro de las empresas y hogares colombianos y del mundo”.

Esta empresa magdalenense, dentro de su modelo de negocio, propone brindar servicios de limpieza a través de un personal altamente capacitado, responsable, siguiendo las normas de sanidad y bioseguridad en cada una de sus actividades contando con un portafolio de servicios que se adecua a las necesidades individuales de los clientes.

Limpieza ya es una empresa dedicada a desarrollar el servicio de aseo integral con altos estándares de seguridad, calidad y confianza, tanto en los hogares como en las empresas, adecuándose a las necesidades de los clientes y cumpliendo con sus expectativas.

El objetivo principal es la creación de una empresa viable, dedicada al servicio de limpieza y organización de espacio en hogares y empresas en el Banco Magdalena, penetrando en el mercado ejecutivo, comercial y doméstico, pero se visiona expandir sus operaciones a cada uno de los corregimientos del departamento y a la ciudad de Santa Marta.

## 1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

### Ilustración 1: Logo Limpieza Ya



Tomado de la Página Oficial de Instagram de la Empresa

Limpieza ya es una empresa creada en el Banco Magdalena en noviembre de 2020, fundada por Fabio Teherán y Daniela Moya.

Esta empresa se encuentra ubicada en la carrera 19ª #9D- 50 Barrio Pueblo Nuevo y se encarga de brindar el servicio de limpieza integral en hogares, empresas y hoteles, incluyendo la desinfección de muebles y todo tipo de material dentro y fuera de las empresas, hoteles y casas familiares; es la única empresa en este municipio de servicios de limpieza cubriendo así las necesidades de los banqueros de realizar la limpieza, desinfección y organización de sus inmuebles destacándose por contar con personal altamente calificado y usando productos de calidad.

Inicialmente la empresa penetrará el mercado de esta región, pero se espera que a medida que se vaya estableciendo su posición en el mercado su portafolio vaya incrementando la base de clientes y aumente su rentabilidad.

### **1.1.MISIÓN**

Prestar un servicio de limpieza de alta calidad para empresas públicas y privadas y hogares, con un personal altamente calificado que cumple con las expectativas y necesidades de nuestros clientes.

### **1.2.VISIÓN**

Para el 2024 limpieza ya, se convertirá en una empresa líder, reconocida e innovadora en la industria de la limpieza, siendo el principal proveedor y distribuidor de los servicios y los productos de aseo de alta calidad en la región.

### 1.3. VALORES INTITUCIONALES

**Ilustración 2: Valores Institucionales Limpieza ya**



*Fuente: Autores, 2021.*

### 1.4. POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CON EL AMBIENTE

Para Limpieza Ya, es muy importante ser reconocida como una empresa socialmente responsable que fomenta los servicios de limpieza y aseo integral en entidades y en los hogares, siguiendo las regulaciones y protocolos de bioseguridad y sanidad, y la utilización de insumos de limpieza que no sean dañinos o tóxicos con el ambiente o las personas, velando por el cuidado de la salud de las personas que permanecen en el área durante y después del servicio de aseo y la limpieza.

### 1.5. INSTALACIONES

Limpieza ya, cuenta con un local o punto de atención ubicado en la cra 19ª #9d-50 barrio pueblo nuevo y también se manejan por medio de llamadas telefónicas y redes sociales

➤ Datos de contacto:

Cel: +57 3233073447

Email: [limpiezayaservicios@gmail.com](mailto:limpiezayaservicios@gmail.com)

## **1.6.PORTAFOLIO DE SERVICIOS**

En Limpieza Ya se cuenta con un portafolio de servicios capaz de suplir las necesidades específicas de nuestros clientes, estos servicios de limpieza y aseo integral se brindan principalmente a hogares, empresas, hoteles y lavandería y se clasifican de la siguiente manera:

**1.6.1. Aseo sencillo:** este incluye la limpieza de terraza, dos habitaciones, dos baños, sala, comedor, cocina y patio incluye desinfectante y aromatizante (espacio adicional tiene un incremento). El valor de este servicio es de \$20.000.

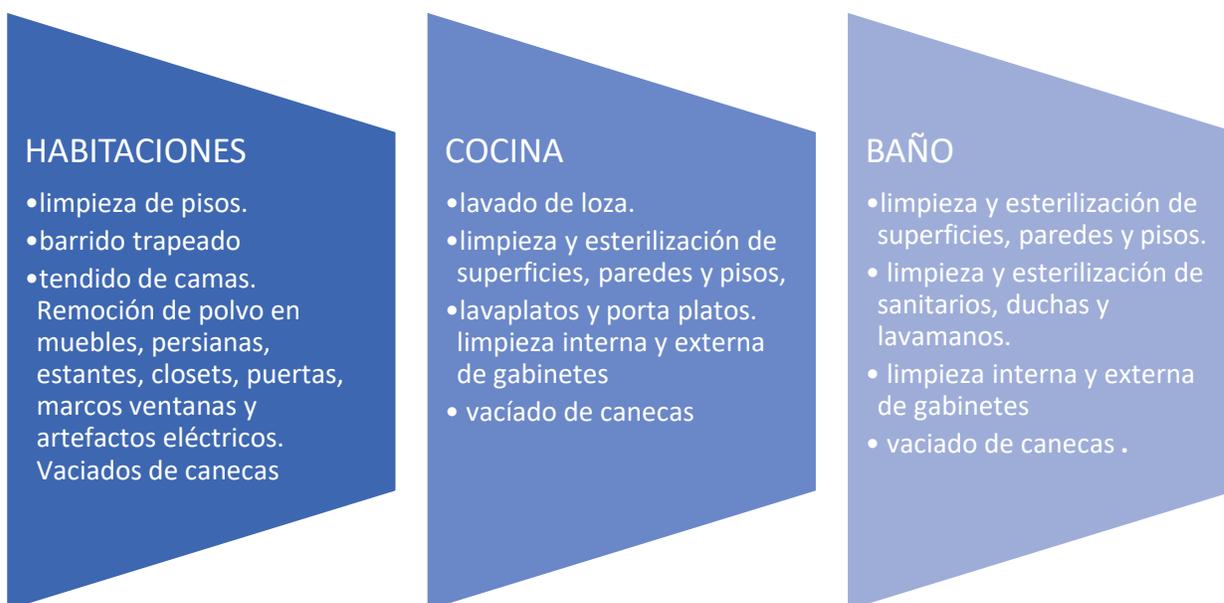
### Ilustración 3. Servicio de Aseo sencillo



*Fuente: Autores, 2021.*

**1.6.2. Aseo completo:** este incluye la limpieza de terraza, dos habitaciones, dos baños, sala, comedor, cocina y patio incluye desinfectante y aromatizante (espacio adicional tiene un incremento). Valor del servicio \$35.000

### Ilustración 4. Servicio de Aseo Completo



*Fuente: Autores (2021)*

- 1.6.3. **Aseo a hoteles:** limpieza de habitaciones, baños y pasadizos lavado de sábanas y organización de sesiones. Este servicio es por un período de 30 días y tiene un valor de \$650.000.
- 1.6.4. **Limpieza a empresas:** limpieza de las áreas e inmuebles, incluye desinfectantes y aromatizantes de calidad, el valor dependerá del tamaño de la empresa según su área. Para áreas de 54mts el valor es de \$27.000.
- 1.6.5. **Lavado de ropa:** consiste en el lavado y organización de la ropa, este servicio depende del peso de la ropa el peso mínimo es de 30kg incluye detergente y aromatizantes de calidad. El valor de este servicio es de \$20.000.

## 1.7.VENTAS

En el mercado actual, donde se pueden encontrar los servicios de aseo y limpieza integral, es muy importante tener presente los factores que pueden influenciar las ventas y el interés de adquirir los servicios, según Kotler & Keller (2016), en el mercado hay tres fuerzas como lo es la tecnología, globalización y responsabilidad social, las mismas que han cambiado notoriamente a todo tipo de mercado, obligando a todas las empresas a innovarse y desarrollar estrategias diferenciadoras de la competencia.

De acuerdo con este principio, Limpieza Ya analiza constantemente los diversos factores que intervienen en el proceso de decisión de compra y hasta el de pos compra y direcciona el proceso de adquisición de sus servicios a través de medios digitales y redes sociales, siendo conscientes de la situación actual del Covid-19, lo que permite a empresas dedicadas a esta actividad aumentar su rentabilidad.

El cliente no se desplaza a los establecimientos comerciales, ahora opta por la búsqueda de recomendaciones en redes sociales o ser impactado por publicidad en sitios web relacionados con los servicios requeridos.

La estrategia de ventas, dependerá de un plan de marketing digital con la implementación de marketing de resultados, Página Web, Key Words, creación de un Blog Interactivo, E-Mail Marketing, pautas segmentadas (Facebook, Instagram), y un manejo adecuado y efectivo de redes sociales en donde se estarán oferta los servicios a prestar.

## 2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

### 2.1. ANÁLISIS DOFA

*Cuadro 1. Análisis DOFA*

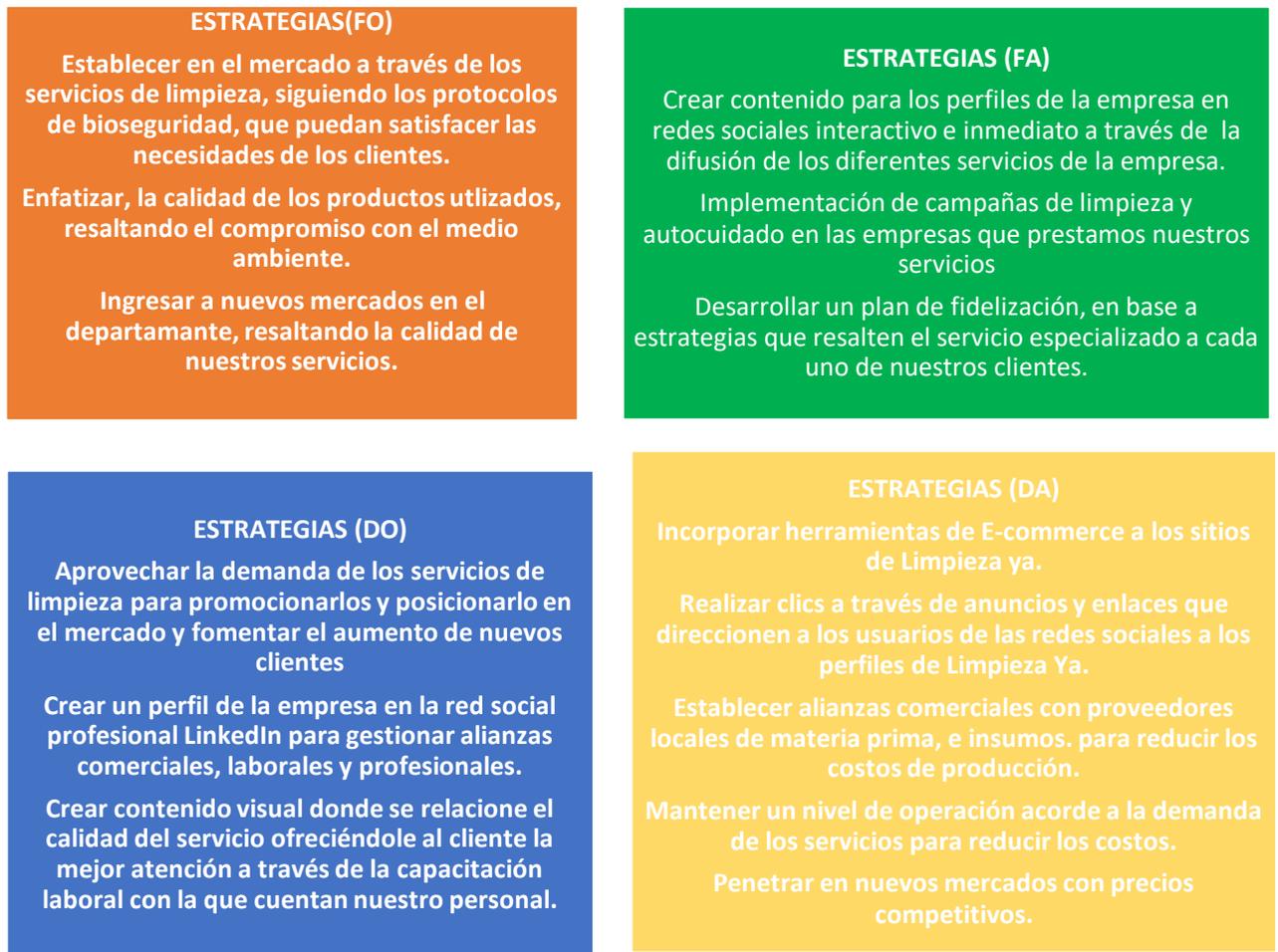
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p>Escasa diversificación de los servicios ofertados. Los costos fijos son altos para la operación de la empresa.</p> <p>Poca publicidad de los servicios ofrecidos. Necesidad de inversión y recursos financieros.</p>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Reinventar formas para la promoción de los servicios siguiendo los protocolos de bioseguridad y limpieza.</p> <p>Baja competencia en el mercado.</p> <p>Tendencia de crecimiento en la demanda de los servicios de Aseo y limpieza.</p> <p>Expansión de los servicios a potenciales clientes en otras ciudades.</p>
<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p>Acceso a las plataformas digitales.</p> <p>Única empresa de servicios de limpieza en el Banco Magdalena.</p> <p>Servicio confiable y eficiente con personal idóneo.</p> <p>Utilización de productos eco amigables.</p> <p>Precios accesibles para los clientes objetivos.</p>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p>Informalidad en el sector de servicios de aseo y limpieza.</p> <p>Aumento del costo de los insumos.</p> <p>Precios Bajos de la competencia.</p> <p>Insuficiencia en el servicio de acueducto en el corregimiento del Banco.</p>

*Fuente: Autores, 2021*

El sector objetivo de la empresa Limpieza Ya, está presentando un comportamiento dinámico que tiende a generar mayores ganancias, debido a la situación actual del virus del coronavirus, entidades públicas y privadas, además de hogares han accedido a estos servicios, siendo una oportunidad en el corregimiento del Banco Magdalena, para diversificar los servicios ofrecidos además de aumentar los clientes que adquieren este tipo de servicios, garantizando el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad y la confiabilidad de los servicios de Limpieza ya.

## 2.2. ANÁLISIS CRÍTICO

### 3. Cuadro 2. Análisis Crítico



4.

*Fuente: Autores, 2021*

## **2.3. MACROAMBIENTE**

Son las fuerzas externas que la empresa no puede controlar y que representan oportunidades o amenazas para la misma. Estas fuerzas incluyen las demográficas, las económicas, las sociales, las tecnológicas, las políticas, entre otras. (Kotler & Armstrong: 2013).

### **2.3.1. Entorno económico**

La economía en Colombia se contrajo un 6,8% en 2020 y se estima un repunte del crecimiento para 2021-2022, en la medida que el plan de vacunación se desarrolle según lo planeado, que no haya más brotes de COVID-19 que requieran restricciones de movilidad y que el gobierno mantenga la confianza de los agentes económicos con un plan para normalizar el déficit y la deuda en el mediano plazo. Se espera que el entorno de bajas tasas de interés, facilitado por el banco central, impulse el crecimiento del consumo privado. (Banco Mundial: 2021).

La balanza comercial disminuyó ligeramente en 2020 en relación con 2019, ya que la caída de las importaciones impulsada por la demanda se vio compensada por la caída de los precios del petróleo y las reducciones de la demanda mundial. (Banco Mundial: 2021)

El equipo técnico del Banco de la República estimó que la economía colombiana registraría una fuerte recesión en 2020 (caída del PIB del 7,6%). Las cifras del PIB del segundo trimestre confirmaron el fuerte impacto que ha tenido la pandemia y la emergencia sanitaria producida por esta en la economía colombiana. En el segundo trimestre el PIB registró una contracción anual sin precedentes (-15,5%) en la serie desestacionalizada y

ajustada por efectos calendario. Los datos recientes de actividad económica, inflación y mercado laboral sugieren una caída en la demanda y la persistencia de amplios excesos de capacidad productiva en el tercer trimestre del año (Banco de la República: 2021).

De acuerdo con el Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe, en el tercer trimestre de 2020 la economía colombiana decreció un 9,0% anual, caída atenuada por el mayor dinamismo desde septiembre. Las ramas con menores restricciones en su operación, como la agricultura y las actividades inmobiliarias y financieras, presentaron un mejor desempeño, en tanto que el comercio, la construcción y la minería presentaron los mayores decrecimientos. La demanda interna inició su recuperación desde abril gracias al mejor comportamiento del consumo de los hogares y al impulso sostenido del consumo público, mientras la inversión presenta una fuerte contracción, aunque con una tendencia favorable en la segunda parte del año. La inflación anual a noviembre de 2020 se ubicó en un 1,49%, y se proyecta que alcanzaría el 1,9% al finalizar 2020, por debajo de la meta del 3,0% de las autoridades. (CEPAL: 2021).

El grupo de Productos de Aseo está inmerso en el sector de aseo y cosméticos. Este mismo, ha tenido un comportamiento positivo y cuenta con un buen potencial de desarrollo. De acuerdo con Statista, en el transcurso de la última semana del mes de febrero 2020 las ventas de limpiadores y detergentes líquidos crecieron un 31%, las de limpiadores de vidrio un 29% y las de lavalozas un 28%. Respecto a productos de aseo personal, en este mismo periodo de tiempo, las ventas de pañitos húmedos y jabón de manos aumentaron un 44% y 35% respectivamente. (PROCOLOMBIA: 2020).

### **2.3.2. Entorno Político**

El 7 de agosto del 2018, Iván Duque Márquez tomó posesión como presidente de Colombia. El programa del presidente Duque se articula en torno a tres ejes: legalidad, emprendimiento y equidad, contando además con la sostenibilidad ambiental y la innovación como elementos transversales. (PND 2018-2022)

Colombia ha incrementado su papel en el ámbito regional iberoamericano, formando parte de organizaciones internacionales como la Alianza del Pacífico, PROSUR (en ambas ejerce la presidencia en 2020), la Organización de Estados Americanos, la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), la Comunidad Andina (también ejerce la presidencia en 2020) o la Asociación de Estados del Caribe (AEC). Desde abril de 2020 forma parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). En cuanto a las relaciones entre Colombia y la Unión Europea, destaca el Acuerdo comercial multilateral con Perú y Colombia, en vigor desde 2013 (y al que en 2017 se adhirió Ecuador). Existen además mecanismos de diálogo político y de derechos humanos; así como un acuerdo de exención de visados de corta duración. (Oficina de Información Diplomática; 2020).

### **2.3.3. Entorno Legal**

El Gobierno Nacional tiene al sector de cosméticos y productos de aseo entre sus doce sectores prioritarios, teniendo como objetivo apoyar la estabilidad económica.

La legislación colombiana en el Decreto 1545 de 1998, regula los Regímenes sanitarios, de control de calidad y vigilancia sanitaria en relación con la producción, procesamiento,

envase, expendio, importación, exportación y comercialización de los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.

La Decisión 706 de 2008 de la Comunidad Andina de Naciones, CAN, estableció la Armonización de Legislaciones en Materia de Productos de Higiene Doméstica y Productos Absorbentes de Higiene Personal. Establece en su artículo 2 la definición de producto de higiene doméstica de la siguiente manera:

“Es aquella formulación cuya función principal es remover la suciedad, desinfectar, aromatizar el ambiente y propender el cuidado de utensilios, objetos, ropas o áreas que posteriormente estarán en contacto con el ser humano independiente de su presentación comercial.

Esta definición no incluye aquellos productos cuya formulación tiene por función principal el remover la suciedad, desinfectar y propender el cuidado de la maquinaria e instalaciones industriales y comerciales, centros educativos, hospitalarios, salud pública y otros de uso en procesos industriales”.

Las empresas prestadoras de servicios de aseo deben buscar ser certificados por el ICONTEC, para la aprobación de su sistema de calidad, con respecto a los requisitos especificados en ISO 9001: 2000 – NTC – ISO 9001: 2000. Lo que los hace más eficientes en la prestación de servicios, ya que les permite ser más competitivos.

#### **2.3.4. Entorno social**

Según datos del Departamento de Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas la población del Banco, según el Censo de población y vivienda 2018 esta sobre

los 55.530 habitantes, de los cuales el 63% es decir 34.800 personas, residen en el casco urbano y el restante 37% o sea 20.730 personas, residen en el área rural y suburbana del municipio, constituyéndose El Banco, en el municipio de mayor población y el mayor centro urbano de la subregión de la Depresión Momposina. (DANE: 2018).

Los niveles de educación en la población de El Banco, son básicos y el porcentaje de la población que tuvo y tiene acceso o asiste a la educación es menor al 50% presenta altos índices de analfabetismo. Referente a la infraestructura de espacio público y transporte, este municipio asume altos costos de transporte, respecto a las demás ciudades y zonas de la región Caribe, debido al mal estado de las vías de comunicación terrestre, los altos costos de operación del sistema del transporte fluvial. La cobertura eléctrica en el municipio es del 90%, mientras que la cobertura de alcantarillado es del 29% y el acueducto no supera una cobertura del 50%, siendo estos los principales factores causantes de enfermedades en los pobladores. (Vallejo: 2014).

### **2.3.5. Entorno Ambiental**

La zona urbana posee gran presencia de vegetación arbórea, que circunda y transcurre a lo largo de las corrientes hídricas, variando su ancho de acuerdo a la presión existente por parte de los pobladores aledaños, con áreas cubiertas con agua estática o de movimiento lento. Las zonas urbanas y rurales se han visto afectadas por las actividades económicas y el acelerado proceso de conformación de asentamientos constituidos por pequeños a medianos predios, sin apartar la explotación de las ciénagas y ríos que en los últimos años han bajado

su capacidad pesquera debido a las técnicas de pesca que se vienen utilizando por los mismos pescadores, sin que exista una atención por parte del gobierno nacional.<sup>1</sup>

### **2.3.6. Entorno Tecnológico**

Actualmente estamos viviendo una revolución tecnológica, en la cual las personas tienen acceso a diferentes medios para la elección de diferentes situaciones en el día a día, tal es el caso de la adquisición de bienes o servicios, a través de medios o diferentes plataformas digitales.

La mayoría de las tendencias de vanguardia en tecnología están disponibles en el mercado colombiano, tanto para el consumidor como para las empresas y el mundo corporativo. Puede verse, por ejemplo, en el sector financiero, en donde el fenómeno “fintech” está transformando la cara de los bancos, con una proliferación de medios de pago innovadores, desde manillas y beacons (pequeños dispositivos que utilizan protocolos NFC para transmitir información), hasta apps y servicios financieros que corren sobre redes sociales. (Semana: 2017).

Prácticamente no hay sector de la economía colombiana que no esté viviendo de alguna manera estos cambios. El rápido avance de la tecnología plantea nuevos paradigmas en el que distintas partes deben adaptarse a los desafíos de la cuarta revolución industrial, incluyendo los gobiernos y las industrias. La adopción de nuevas tecnologías como el código

---

<sup>1</sup> Alcaldía Municipal, El Banco Magdalena.  
<http://www.elbanco-magdalena.gov.co/municipio/geografia>

abierto ayudan a producir una fuerza laboral que está lista para el futuro y la transformación digital que demanda el mercado. (Portafolio: 2018).

El Estado se involucra cada vez más en la transformación digital: un informe de MinTIC revela que al menos el 82 por ciento de los ciudadanos y el 79 por ciento de las empresas se relacionan con entidades de gobierno mediante canales digitales. Y en las empresas de todo tipo la adopción de servicios en la nube crece notablemente. Lo que se conoce como “Cloud Computing” es ya mandato obligado en el mundo de los negocios, porque reduce costos de inversión en infraestructura, facilita el acceso por demanda a las capacidades de cómputo variables que una organización requiere y pone al alcance de compañías de todos los tamaños, incluidas las Pyme, los servicios TI más avanzados. (Semana: 2017).

## **2.4. MICROAMBIENTE**

Está formado por los actores cercanos a la empresa que afectan su capacidad para servir a los clientes: empresa, proveedores, intermediarios de marketing, mercados de clientes, competidores y públicos. (Kotler & Armstrong: 2013).

### **2.4.1. Proveedores**

Los proveedores constituyen un eslabón importante en la red general de la empresa de entrega de valor al cliente; proveen los recursos que la empresa necesita para producir sus bienes y servicios. (Kotler & Armstrong: 2013).

Los proveedores de suministros de Limpieza Ya, son aquellos que proporcionan los productos de limpieza y desinfección ecológicos, para la limpieza de hogares con productos no tóxicos, no abrasivos, no corrosivos, no cáusticos, no inflamables, 100% biodegradables,

ni dañinos para las manos o la piel. También se cuentan con proveedores de uniformes para nuestros empleados.

**Tabla 1. Proveedor y Productos**

PRODUCTOS	PROVEEDOR	DATOS DE CONTACTO
<i>Insumos de limpieza: desinfectantes, detergentes, suavizantes, hipoclorito, limpia vidrios, quitamanchas.</i>	<i>Supermercado OLIMPICA</i>	<i>3182674221</i>
<i>Los implementos y herramientas de limpieza: Escobas, paños, guantes, bolsas, cepillos.</i>	<i>Tienda D1</i>	<i>(5)3319494</i>
<i>Diseños de logo- folletos de precios</i>	<i>ERICK RANGEL- diseñador grafico</i>	<i>3044598271</i>
<i>Las telas de los uniformes de los empleados</i>	<i>Almacén SURTICHONGA</i>	<i>3103652073-3046667021</i>
<i>Realizar los bordados de los uniformes</i>	<i>INES- bordados</i>	<i>3114157181</i>

**Fuente: Autores, 2021**

#### **2.4.2. Distribuidores**

Limpieza Ya cuenta con un canal de distribución totalmente directo desde nuestro punto de atención directamente al cliente, el personal de limpieza se encargará de llegar a las viviendas o instalaciones de las personas que solicitan el servicio. No tenemos terceros en nuestro canal de distribución.

### Ilustración 5: Canal de distribución



*Fuente: Autores, 2021.*

#### 2.4.3. Competidores

Actualmente nuestros competidores directos son las personas que se dedican a ofrecer servicios de limpiezas de manera informal y empleadas domésticas, trabajadores informales que son recomendadas por amistades, familiares, conocidos, entre otros.

Asimismo, existen competidores que se constituyen como personas jurídicas, las cuales cumplen con toda la normativa comercial vigente, estas empresas se encuentran principalmente en la ciudad de Santa Marta, ya que, en El Banco, no se encuentran operando regularmente.

Estas empresas, tienen publicados sus contactos en la web y redes sociales, y sus pedidos se concretan básicamente por un call center y por correos electrónicos.

#### 2.4.4. Clientes

Los clientes de Limpieza Ya, se pueden dividir en dos grupos. El primero está compuesto por personas entre los 25 a los 60 años, familias, que tienen la necesidad de contratar servicios de limpieza y aseo, ya que no disponen de tiempo para realizar estas actividades en sus casas, apartamentos, jardines y terrazas. El segundo grupo está compuesto por empresas de carácter

público o privado, que recurren a contratar este servicio de aseo y limpieza por días, por horas, con el mejor personal capacitado y estrictamente seleccionado para el mantenimiento de estos espacios de trabajo. Empresas prestadoras de servicio de salud, hoteles, colegios y locales comerciales.

**Tabla 2. Clientes potenciales Limpieza Ya**

- **Locales (comerciales e industriales)**

<b>Registraduría Nacional de Colombia sede el Banco Magdalena</b>	<b>Cromulo publicidad</b>
---	---------------------------

- **Inmuebles (casa, apartamento, edificio)**

<b>Conjunto candelaria real</b>	<b>Casas particulares</b>
---------------------------------	---------------------------

- **Instituciones prestadoras de servicio en salud**

<b>Susana IPS</b>	<b>IPS Bienestar</b>
Integra Family	Novaclinic

- **Instituciones Educativas**

<b>Colegio carita de ángel</b>	<b>Instituto marlian</b>
--------------------------------	--------------------------

*Fuente: Autores, 2021.*

## **2.5. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y TENDENCIAS**

El sector del aseo se ha visto beneficiado en el último año, gracias a la crisis presentada por la pandemia del coronavirus. La venta de productos limpiadores y detergentes ha tenido un incremento significativo, así como la venta de paños húmedos, jabón de manos, entre otros.

Estos aumentos en las ventas representan grandes oportunidades para el sector, ya que implica mayor confianza a la hora de querer invertir. Desde hace varios años, el país se ha posicionado como un centro de producción regional de productos de aseo, siendo el destino ideal para aquellos inversionistas extranjeros que buscan expandir sus negocios.

Limpieza YA es un emprendimiento que surgió en medio de la pandemia, tomando las oportunidades que esta trajo consigo, ya que en este momento son muchos los hogares, locales de negocios e instituciones que buscan la forma de mantener el buen aseo, sin necesidad de perder tiempo realizando lo ellos mismos. En el Banco Magdalena es la primera empresa dedicada a la prestación de servicio de aseo, por lo tanto, al ser la primera en incursionar cuenta con la ventaja de posicionarse en el mercado, atrayendo consigo a los clientes y fidelizándolos.

## **2.6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Limpieza YA, es la primera empresa dedicada a la prestación de este servicio en El Banco Magdalena, por lo tanto, no se cuenta con información para realizar un análisis de competencia entre otras empresas que presten servicios como los del portafolio de Limpieza Ya, no obstante, en los pequeños establecimientos comerciales y los hogares las personas optan por contratar empleadas domésticas por días, horas o meses que se encargan de realizar las labores de aseo y limpieza de estos lugares.

Teniendo en cuenta, que este sector está teniendo un incremento en sus ventas y prestación de servicios se debe considerar como competencia las empresas establecidas en corregimientos aledaños o en la ciudad de Santa Marta que puedan desplazar sus operaciones a este municipio con el fin de abarcar buen nicho de mercado e implementar buenas estrategias que les permita a consolidarse y posicionarse en el mercado, con la ventaja de ser un mercado con pocos competidores.

### 2.6.1. Aux Limpieza

**Tabla 3. Competencia Aux Limpieza**

		
Debilidades	Fortalezas	Estrategias
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No cuentan con clientes en el municipio de El Banco, Magdalena.</li> <li>✓ No ofrecen servicios de lavado de ropa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Marca posicionada en la ciudad de Santa Marta.</li> <li>✓ Constante promoción del producto en redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Alianzas comerciales con otras marcas.</li> <li>✓ Constante actividad en redes sociales acerca de los servicios.</li> <li>✓ Cuenta con publicaciones de testimonios de sus clientes.</li> </ul>

**Fuente: Autores, 2021.**

## 2.6.2. Maloquin Aseo y Jardinería

**Tabla 4. Competencia Maloquin Aseo y Jardinería**



Debilidades	Fortalezas	Estrategias
<p>✓ No cuentan con clientes en el municipio de El Banco, Magdalena.</p> <p>✓ El valor de sus servicios es superior a los precios ofrecidos por Limpieza Ya.</p>	<p>✓ Marca posicionada en la ciudad de Santa Marta.</p> <p>✓ Constante promoción del producto en redes sociales.</p>	<p>✓ Ofrece los servicios por horas, días y meses.</p> <p>✓ Constante actividad en redes sociales acerca de los servicios</p> <p>✓ Cuenta con publicaciones de testimonios de sus clientes.</p>

**Fuente: Autores, 2021.**

### 2.6.3. Clean House Sas

**Tabla 5. Competencia Clean House Sas**



Debilidades	Fortalezas	Estrategias
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No cuentan con clientes en el municipio de El Banco, Magdalena.</li> <li>✓ El valor de sus servicios es superior a los precios ofrecidos por Limpieza Ya.</li> <li>✓ Se enfocan principalmente en la limpieza de exteriores y jardines</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Marca posicionada en la ciudad de Santa Marta.</li> <li>✓ Constante promoción del producto en redes sociales.</li> <li>✓ Variado portafolio de servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ofrece los servicios por horas, días y meses.</li> <li>✓ Constante actividad en redes sociales acerca de los servicios</li> <li>✓ Cuenta con publicaciones de testimonios de sus clientes.</li> </ul>

**Fuente: Autores, 2021.**

#### 2.6.4. Empleadas domésticas

**Tabla 6. Empleadas domésticas**

Debilidades	Fortalezas	Estrategias
<p>✓ Alta rotación de personal porque no tienen un contrato legal que les respalde.</p> <p>✓ No ofrecen un servicio de limpieza especializado.</p> <p>✓ Puede ser poco confiable para el empleador temporal (daños, robos, pérdidas, etc.).</p>	<p>✓ Ofrecen menores precios por sus servicios.</p> <p>✓ Poseen flexibilidad horaria.</p> <p>✓ No pagan impuestos.</p>	<p>✓ Ofrece los servicios por horas, días y meses.</p> <p>✓ Son recomendadas por amigos, socios, familiares.</p> <p>✓ Poseen flexibilidad horaria.</p>

**Fuente: Autores, 2021.**

## 2.7. ANÁLISIS DEL CLIENTE

Realizando un análisis de las tendencias y del tipo de clientes habituales de la empresa Limpieza Ya, se determinan los siguientes aspectos sobre el perfil del cliente objetivo:

- Los servicios están dirigidos a personas entre los 25 y 60 años, que conforman familias del nivel socioeconómico medio alto.
- Clientes que tienen la necesidad de contar con los servicios de limpieza a domicilio de sus apartamentos o casas, así como el interior y exterior de las mismas, siendo de mucha importancia mantener un ambiente limpio y agradable.
- Las personas con muy poco tiempo para destinar al aseo idóneo para el interior de sus hogares.
- Empresas del sector público y privado que prefieren tercerizar los servicios de aseo y limpieza de sus instalaciones.
- Empresas que requieren un aseo especializado, especialmente para la desinfección y prevención de virus en sus instalaciones.

**Tabla 7. Análisis del cliente**

GEOGRÁFICO	DEMOGRÁFICO	PSICOGRÁFICO
<p><i>Localizados en la zona urbana del municipio El Banco Magdalena</i></p>	<p><i>Hombres y mujeres de entre 25 a 60 años</i></p> <p><i>Familias del nivel socioeconómico medio- alto.</i></p> <p><i>Propietarios de inmuebles, locales comerciales, prestadoras de servicio de salud y educativas, que prefieren tercerizar los servicios de aseo y limpieza de sus instalaciones.</i></p>	<p><i>Personas que no cuentan con el tiempo necesario para realizar un aseo profundo a sus hogares.</i></p> <p><i>Contar con un ambiente limpio y agradable y para la operación de sus actividades</i></p> <p><i>poder encontrar una solución de fácil acceso y alcance para hacer "Aseo general" y limpieza integral.</i></p> <p><i>Cumplir los objetivos corporativos de cada una de las organizaciones, entre ellos la optimización de costos.</i></p>

**Fuente: Autores, 2021.**

### **3. SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING**

#### **ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADOS PARA EL LANZAMIENTO DE LA EMPRESA LIMPIEZA YA, EN EL MUNICIPIO DE EL BANCO, MAGDALENA**

##### **3.1. Objetivo general**

Conocer la percepción que tienen los habitantes del municipio de El Banco, Magdalena hacia la prestación de servicios de limpieza y desinfección de la empresa Limpieza Ya.

##### **3.2. Objetivos específicos**

- Determinar la importancia para los habitantes de El Banco de mantener sus espacios aseados y desinfectados, libre de microorganismo que atentan contra la salud de las personas.
- Identificar cuáles son las necesidades específicas de los clientes para lograr un servicio de utilidad y de calidad.
- Implementar nuevas estrategias que nos permitan llegar a cubrir nuestro mercado objetivo.
- Analizar los resultados de la encuesta según la opinión de los clientes de Limpieza Ya.

##### **3.3. Fuente de Información**

Para obtener la información necesaria para esta investigación se ha recurrido a una encuesta, que es una fuente primaria externa, cuantitativa y basada en la comunicación.

### 3.4. Técnica de Recolección: Encuesta

La encuesta se ha hecho de forma online a través de la plataforma Google forms, y se difundió a través de redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea.

### 3.5. Ficha Técnica del Estudio:

De acuerdo con la población que accede a los servicios de aseo y limpieza en el municipio de El Banco Magdalena que comprenden las edades de 25-60 años, lo que corresponde a 35.368 habitantes en el municipio en la zona urbana, según reporte del DANE 2019 Por tal razón, se busca analizar el nivel de confianza de un 96 %, con el fin evaluar el grado de aceptación de los mismos manteniendo un margen de error del 9%.

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2(N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde;

N = Tamaño de la población 35.368

Z = Nivel de confianza, son intervalos aleatorios que se usan para acotar un valor con una determinada probabilidad alta. En este caso, se tomó un nivel de confianza del 96%

E = Margen de error, dice en qué medida puedes esperar que los resultados de la encuesta reflejen las visiones de la población general. En este caso, se tomó un margen de error del 9%

P = probabilidad de éxito o proporción esperada, corresponde al 0,9

Q = Probabilidad de fracaso, corresponde a  $1 - p = 0,9$

$n$  = Tamaño de la muestra, el cual permite conocer cuántas encuestas se deben aplicar

Aplicando la fórmula tenemos:

$$n = \frac{(35.368) \times (1,96)^2 \times 0,9 \times 0,9}{(0,09)^2(35.368 - 1) + (1,96)^2 \times 0,9 \times 0,9} = 119$$

Lo que significa que se realizaran 119 encuestas digitales.

### 3.6. Modelo de Instrumento de Encuesta

La presente encuesta es de exclusivo uso académico y esta designada con el objetivo de evaluar el grado de las diferentes preferencias y expectativas que tiene la sociedad sobre el servicio de aseo y limpieza en El Banco Magdalena.

#### 3.6.1. Estructura de la Encuesta

##### Ilustración 6. Formato de encuesta

Instructivo: Marque con un visto ( $\checkmark$ ) una sola opción en cada pregunta.

**1. Especifique un rango de edad**

- a. 18 – 24
- b. 25 – 30
- c. 31 – 40
- d. 41 – 50
- e. Más de 50

**2. Seleccione su Genero**

- a. Femenino    b. Masculino

**3. Estado civil**

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Unión libre
- d. Separado

- e. Divorciado
- f. Viudo

**4. Estrato**

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5
- f. 6

**5. ¿Cuál es su nivel de estudios académicos?**

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Técnico
- d. Tecnólogo
- e. profesional

**II clasificación**

**6. ¿Cuenta con uno o varios de estos bienes, seleccione los que considere tener?**

- a. Casa
- b. Apartamento
- c. Local comercial
- d. Empresa

**7. ¿Con que frecuencia asea y desinfecta los bienes antes seleccionados?**

- a. Diariamente
- b. Semanalmente
- c. Quincenalmente
- d. Mensualmente

**8. ¿Con cuántos colaboradores cuenta en el momento de realizar el aseo y desinfección de su hogar o empresa?**

- a. Ninguno
- b. 1 persona
- c. 2 a 3 personas
- d. 4 o más personas

9. ¿Cómo calificaría el servicio de limpieza y desinfección realizado por usted y sus colaboradores?

- a. Excelente
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Malo

### III Básicas

10. ¿Considera que por la pandemia causada por la COVID-19, es necesario cumplir con las medidas pertinentes como la desinfección y limpieza de los lugares que frecuenta y habita para prevenir y disminuir el contagio?

- a. Sí \_\_\_ b. No \_\_\_

11. ¿Ha contratado un servicio profesional de limpieza, después de la emergencia sanitaria para sentirse más seguro en su hogar o empresa?

- a. Sí \_\_\_ b. No \_\_\_

12. ¿Se siente satisfecho(a) con el servicio profesional de limpieza que le han prestado?

- a. Sí \_\_\_ b. No \_\_\_

13. ¿Estima usted que sea necesario seguir contactando este servicio profesional de limpieza contratado anteriormente y que el servicio cuenta con las condiciones de salubridad e higiene necesarias para prestar el servicio?

- a. Sí \_\_\_ b. No \_\_\_

14. ¿Estaría dispuesto a conocer una nueva empresa que preste un servicio más completo y apropiado a la hora de desinfectar, organizar y asear su hogar o empresa?

- a. Sí \_\_\_ b. No \_\_\_

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio profesional de limpieza y desinfección?

- a. entre \$25.000 y \$45.000
- b. entre \$50.000 y \$65.000
- c. entre \$70.000 y \$85.000

17. ¿Cuánto dinero gasta en productos de limpieza normalmente?

- a. Entre 15.000 y \$ 30.000

- b. Entre \$ 20.000 y \$ 50.000
- c. Más de \$ 50.000

18 ¿En qué horario le gustaría recibir el servicio profesional de aseo y desinfección?

- a. Mañana
- b. Medio día
- c. Tarde
- d. Noche

19. ¿Cuál red social utiliza con más frecuencia?

- a. WHATSAPP
- b. FACEBOOK
- c. INSTAGRAM
- d. TWITTER

20. ¿A través de qué medio le gustaría obtener información acerca del servicio de limpieza de LIMPIEZA YA?

- a. Correo electrónico
- b. Las paginas oficiales (¿Facebook e Instagram)
- c. Mensajes de WhatsApp
- d. Estaciones de Radio
- e. Periódico
- f. Televisión

21. ¿Cuál es su estación de radio favorita?

- a. Palomeque estéreo
- b. planeta radio
- c. La 91
- d. La manpana Radio
- e. lobana estéreo

22. ¿Lee usted el periódico de los Sures noticias?

- a. Sí \_\_\_\_ b. No \_\_\_\_\_

23 ¿Con qué frecuencia ve usted el canal de noticias, Canal 12?

- a. Siempre
- b. A veces
- c. Nunca

24. ¿Qué calificación le da al servicio de Limpieza Ya según su experiencia?

- a. Excelente
- b. Buena
- c. Regular
- d. Mala

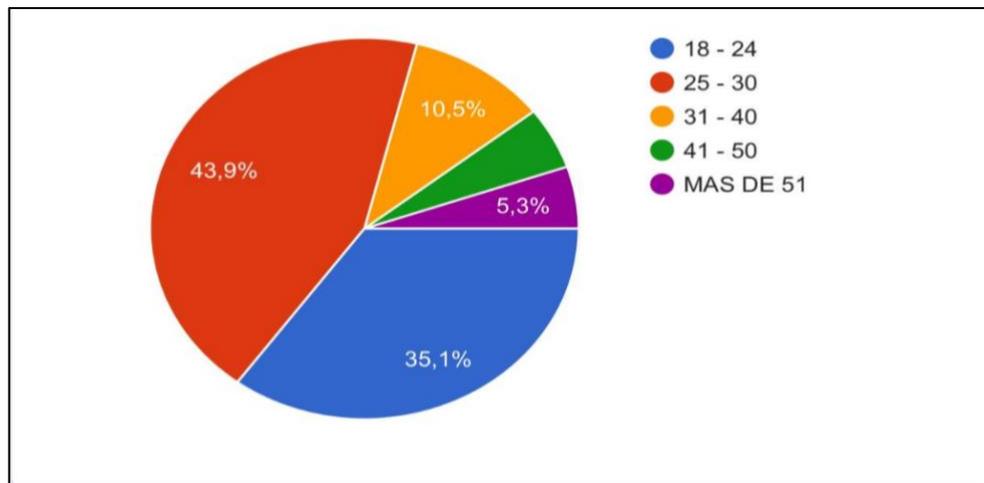
### 3.6.2. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

**Tabla No 7. Edad de los Encuestados.**

<b>Edad</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
<b>18-28</b>	<b>42</b>	<b>35,1%</b>
25-30	<b>53</b>	<b>43,9%</b>
31-40	<b>12</b>	<b>10,5%</b>
41-50	<b>6</b>	<b>5,2%</b>
Más de 50	<b>6</b>	<b>5,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms 2021

**Gráfico1. Edades encuestados**



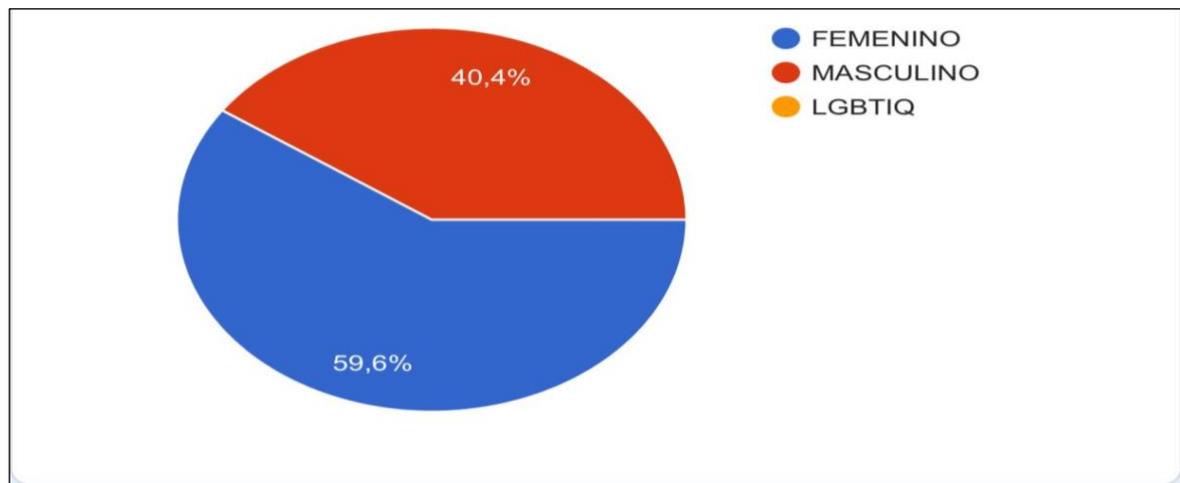
**Fuente:** Tabla 7.

Según la gráfica podemos observar que el 43,9% de las personas encuestadas en el banco Magdalena están entre los 25 y 30 años, el 35,1% están entre 18 y 24 años, el 10,5% se encuentran entre 31 y 40 años, el 5,2% se encuentran en edades de 41 y 50 y el 5,3% tienen más de 51 años. Quiere decir que nuestros clientes objetivos son en su mayoría personas jóvenes.

**Tabla No 8. Género de los Encuestados.**

<b>GÉNERO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
Masculino	<b>71</b>	<b>59,6%</b>
Femenino	<b>48</b>	<b>40,4%</b>
LGBTIQ	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 2. Género**

**Fuente:** tabla 8

La gráfica nos indica que el 59,6% de los encuestados pertenecen al género femenino y el 40. 6% al género masculino. La información recabada demuestra que la mayoría son

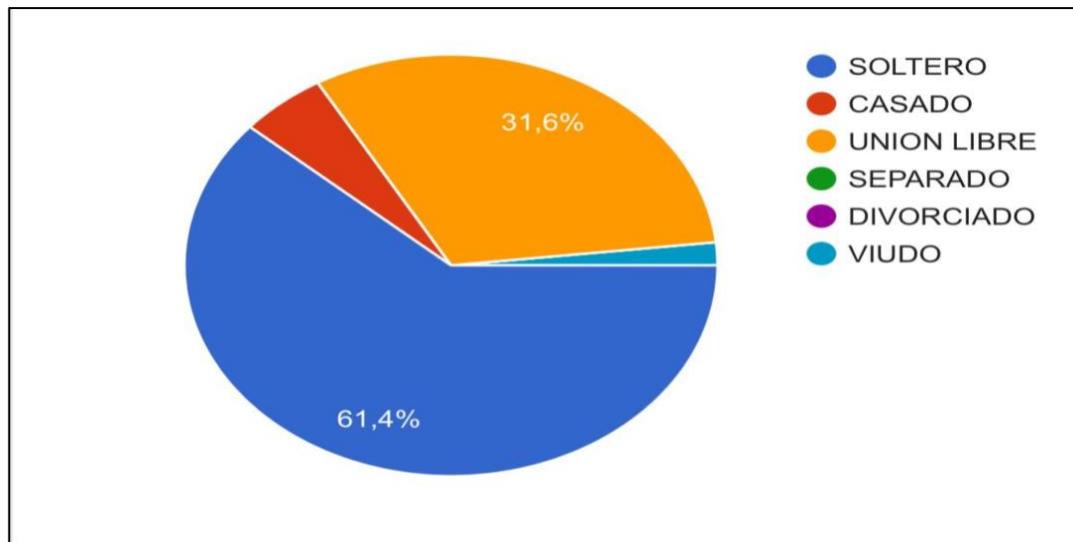
mujeres y es de quienes se obtendrá la mayor cantidad de información de esta encuesta, además de ser quienes más consumen este tipo de servicios.

**Tabla 9: Estado Civil**

<b>Estado Civil</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Casado	2	1,3%%
Divorciado	2	1,6%
Soltero	73	61,4%
separado	2	1,73%
Unión Libre	38	31,6%
Viudo	2	1,75%
Total	119	100%

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 3. Estado civil**



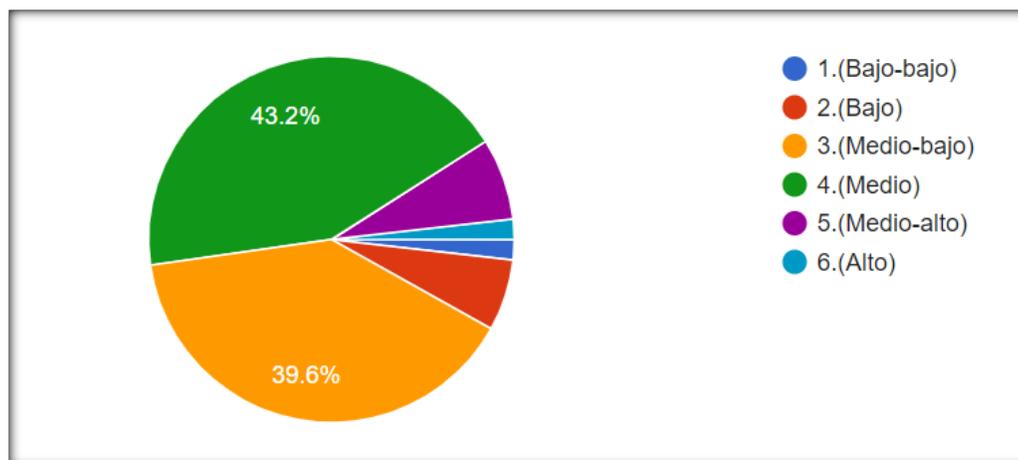
**Fuente:** Tabla 9.

En la gráfica podemos observar que el 61,4% de las personas encuestadas en El Banco Magdalena son solteros, el 31,6% se encuentran en unión libre y el 7% restante son casados o viudos. Esto infiere que la mayoría de las personas que adquieren nuestros servicios son solteras, que destinan su tiempo a otras actividades y optan por contratar servicios de limpieza. Las personas que se encuentran en unión libre comprenden familias que requieren cuidados y aseos profundos en sus hogares.

**Tabla 10. Estratificación Social**

<b>Estratificación Social</b>		<b>Porcentaje (%)</b>
1 (Bajo-Bajo)	<b>3</b>	<b>1,8%</b>
2 (Bajo)	<b>9</b>	<b>6,3%</b>
3 (Medio-Bajo)	<b>44</b>	<b>39,6 %</b>
4 (Medio)	<b>49</b>	<b>43,2%</b>
5 (Medio-Alto)	<b>11</b>	<b>7,2%</b>
6 (Alto)	<b>3</b>	<b>1,8%</b>
Total	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 4. Estratificación Social**

Fuente: Tabla 10.

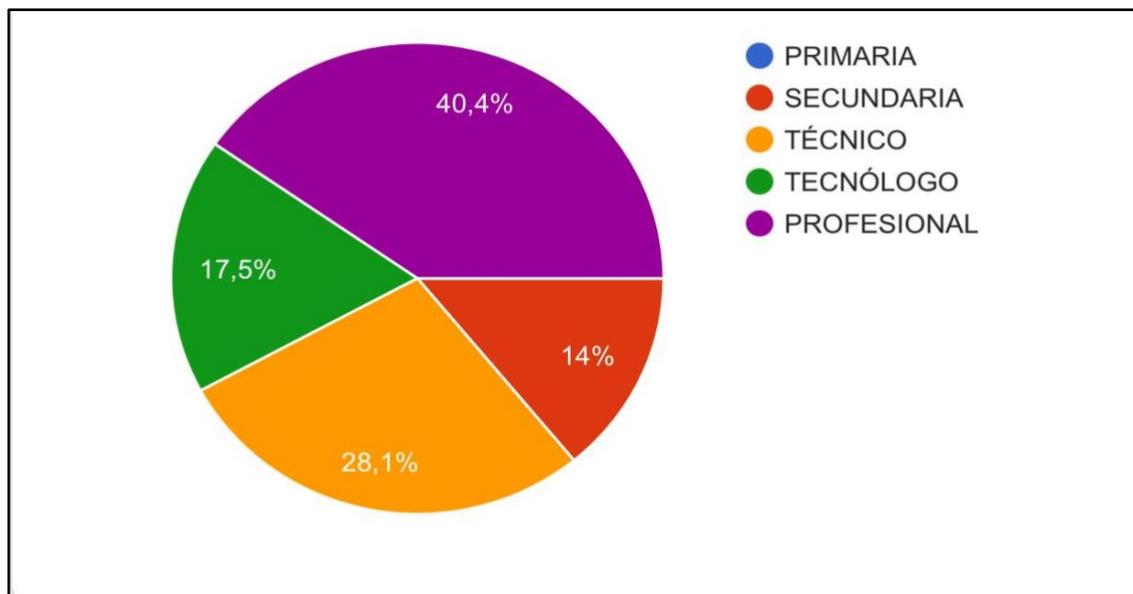
Estos resultados nos demuestran que el 43, 2% de los encuestados pertenecen al estrato 4 (Medio), los cuales, están alineados con nuestras expectativas de clientes, ya que el siguiente grupo de encuestados (39,6%) pertenezcan al estrato 3 (Medio-Bajo), nos lleva a idear una estrategia de precio que permita a estas personas acceder a nuestros servicios. Ya que este producto está enfocado principalmente a personas de estratos socioeconómicos 5 (Medio-Alto) representando 7,2% y 6 (Alto) con un 1,8% de participación en el mercado de El Banco

**Tabla 11. ¿Cuál es su nivel de estudios académicos?**

<b>¿Qué profesión ejerce?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Primaria	<b>0</b>	<b>0%</b>
Secundaria	<b>17</b>	<b>14%</b>
Técnico	<b>33</b>	<b>28,1%</b>
Tecnólogo	<b>21</b>	<b>17,1%</b>
Profesional	<b>48</b>	<b>40,4%</b>
Total	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

*Gráfico 5. Nivel de estudios académicos*



**Fuente:** Tabla 11

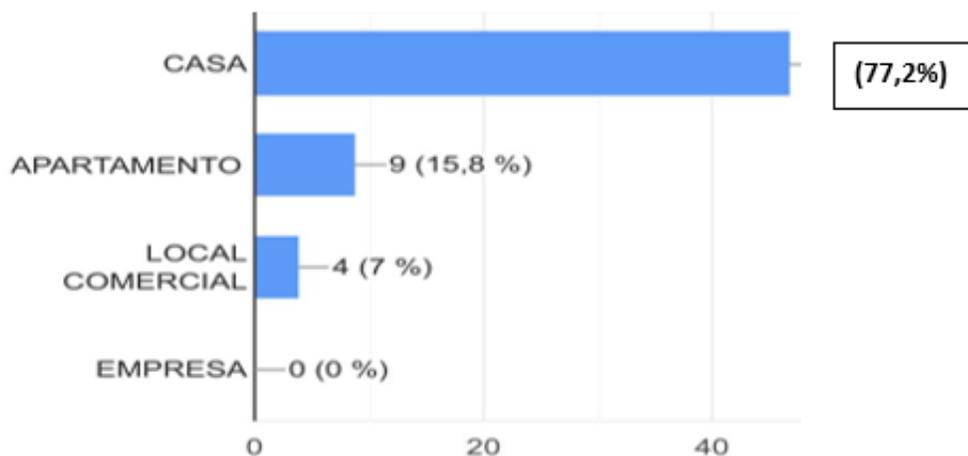
Dentro del nivel académicos de los encuestados se puede mencionar que el 40.4% de los encuestados de El Banco Magdalena tienen un nivel de estudio profesional, el 28.1% tienen un nivel de estudio técnico, el 17.5% tienen un estudio tecnológico y el 14% secundaria.

**Tabla 12. ¿Cuenta con uno o varios de estos bienes, seleccione los que considere tener?**

<b>¿Cuenta con uno o varios de estos bienes, seleccione los que considere tener?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Casa	<b>92</b>	<b>77,2%</b>
Apartamento	<b>19</b>	<b>15,8%</b>
Local Comercial	<b>8</b>	<b>7%</b>
Empresa	<b>0</b>	<b>0%</b>
Total	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 6.. Con los bienes o inmuebles**



**Fuente: Tabla 12**

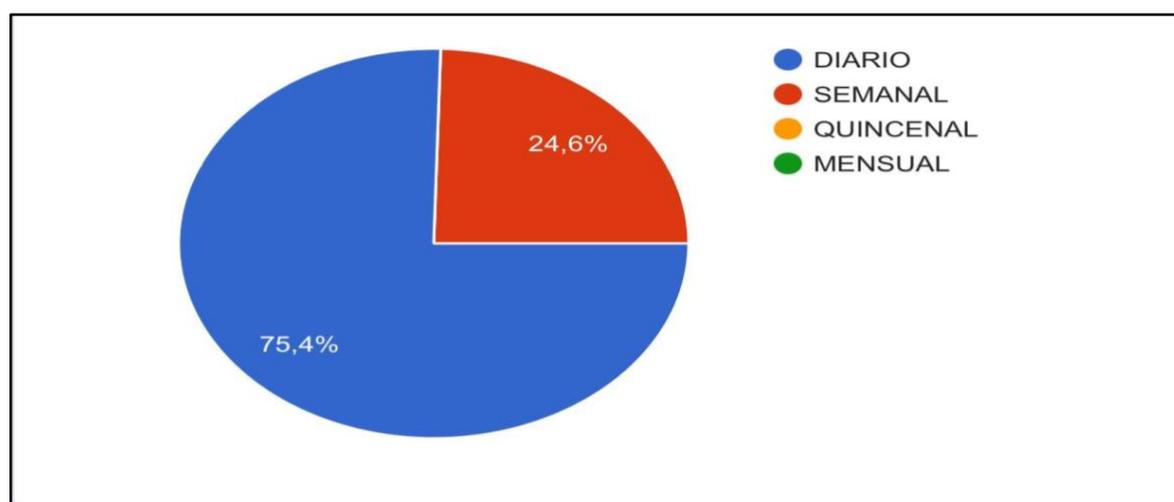
La encuesta nos muestra que el 77,25% de las personas encuestadas tienen casa propia, el 15.8% cuentan con apartamento, el 7% tienen local comercial. Lo que indica que Limpieza Ya puede concentrar sus servicios de aseo y aseo completo a los propietarios de casas y apartamentos y en menor medida a locales comerciales y empresas.

**Tabla 13. ¿Con qué frecuencia aseas y desinfectas los bienes antes seleccionados?**

¿ Con qué frecuencia aseas y desinfectas los bienes antes seleccionados?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Diariamente	<b>90</b>	<b>75,42%</b>
Semanalmente	<b>29</b>	<b>24,6%</b>
Quincenalmente	<b>0</b>	<b>%</b>
Mensualmente	<b>0</b>	<b>0%</b>
Total	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms 2021

*Gráfico 7. Frecuencia con la que aseas y desinfectas tus inmuebles*



Fuente: Tabla 13

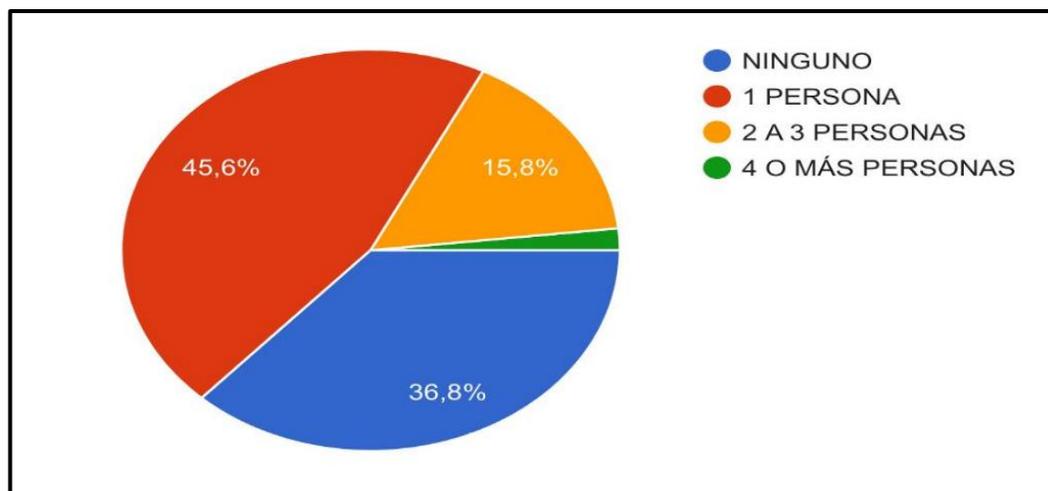
Se puede apreciar que el 75, 42% de las personas encuestadas en el Banco Magdalena asean y desinfectan sus espacios e inmuebles diariamente y el 24.6% lo hacen semanalmente. Precisamente este resultado, permite impulsar el servicio de aseo sencillo diario y quienes soliciten el servicio semanalmente ofrecerle el servicio de aseo completo.

**Tabla 14. ¿Con cuántos colaboradores cuenta en el momento de realizar el aseo y desinfección de su hogar o empresa?**

<b>¿Con cuántos colaboradores cuenta en el momento de realizar el aseo y desinfección de su hogar o empresa?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Ninguno	<b>44</b>	<b>36,8%</b>
1 persona	<b>54</b>	<b>45,6%</b>
2 a 3 personas	<b>19</b>	<b>15,8%</b>
4 o más personas	<b>2</b>	<b>1,8%</b>
Total	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms 2021

**Gráfico 8. Números de colaboradores con los que realizan limpieza**



**Fuente:** Tabla 14

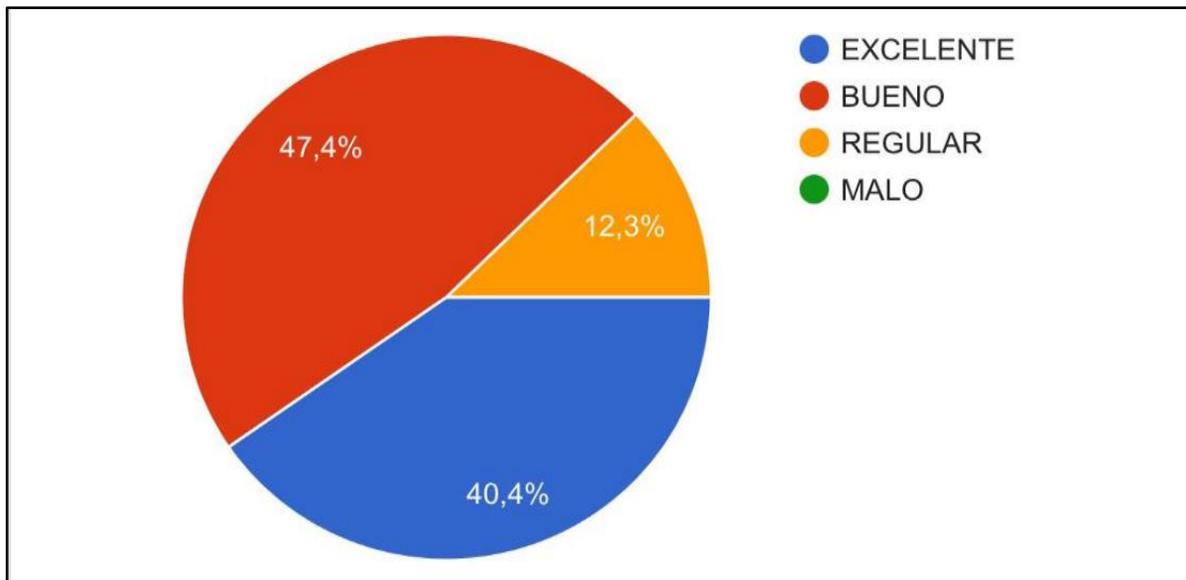
Se puede considerar que el 45.6% de las personas cuentan con un colaborador para la realización de la limpieza, mientras que el 36,8% no cuenta con un colaborador. A este porcentaje de encuestados Limpieza Ya puede apuntar a prestar sus servicios de limpieza, lo que representaría un volumen mayor de clientes.

**Tabla 15. ¿Cómo calificaría el servicio de limpieza y desinfección realizado por usted y sus colaboradores?**

<b>¿ Cómo calificaría el servicio de limpieza y desinfección realizado por usted y sus colaboradores?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Excelente	<b>48</b>	<b>40,4%</b>
Bueno	<b>56</b>	<b>47,4%</b>
Regular	<b>15</b>	<b>12,2%</b>
Malo	<b>0</b>	<b>0%</b>
Total	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 9. Calificación del aseo que realizan con sus colaboradores**



*Fuente: Tabla 15*

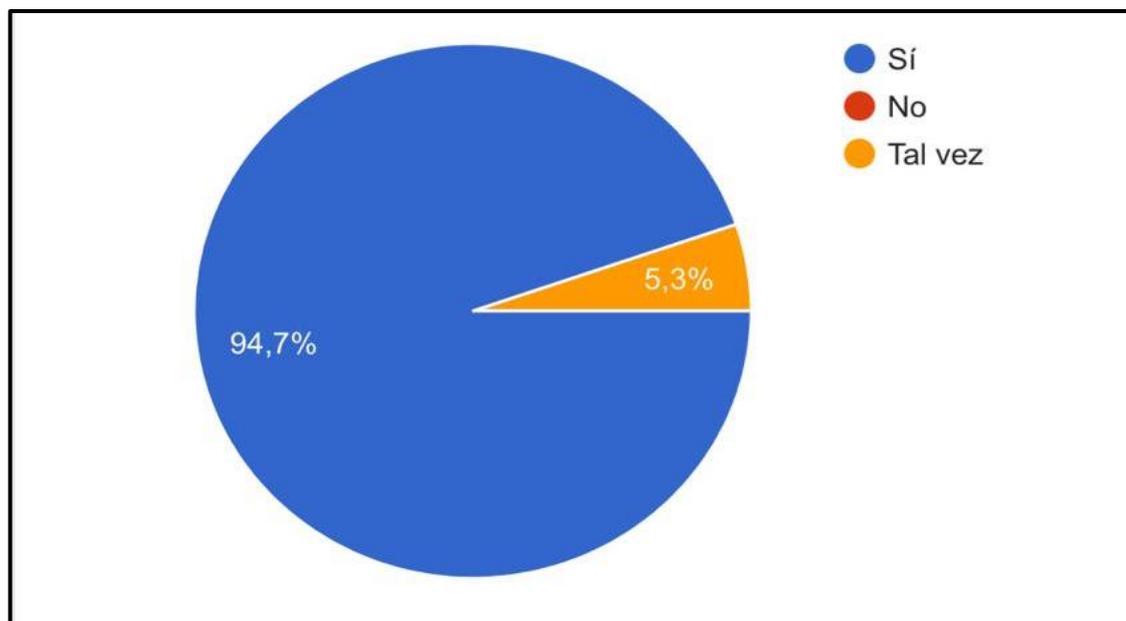
El 47,4% de los habitantes del banco Magdalena consideran que la limpieza y desinfección de realizada por ellos mismos es buena, el 40,4% asegura que es excelente y el 12,3% considera que es regular. Los clientes mayormente tienen una buena percepción de los servicios de limpieza prestados, lo que puede indicar que recomendarían y accederían a los demás servicios prestados por la empresa Limpieza Ya.

**Tabla 16. ¿Considera qué por la pandemia causada por la COVID-19, es necesario cumplir con las medidas pertinentes como la desinfección y limpieza de los lugares que frecuenta y habita para prevenir y disminuir el contagio?**

<b>¿ Considera qué por la pandemia causada por la COVID-19, es necesario cumplir con las medidas pertinentes como la desinfección y limpieza de los lugares que frecuenta y habita para prevenir y disminuir el contagio?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Sí	<b>113</b>	<b>94,7 %</b>
No	<b>0</b>	<b>0%</b>
Tal vez	<b>6</b>	<b>5,3%</b>
Total	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

*Gráfico 10. Consideran necesario la limpieza y desinfección*



**Fuente:** Tabla 16

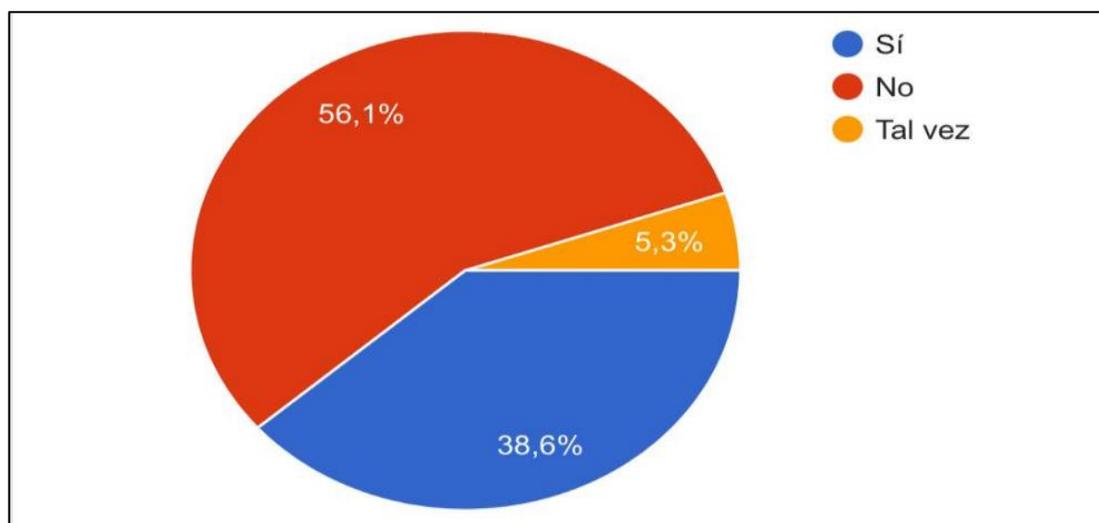
La gráfica nos indica que para un 94,7% de los encuestados del banco Magdalena es necesario cumplir con todas las medidas de desinfección y limpieza y un 5,3% considera que tal vez sea necesario. Esta percepción, permite acceder a nuevos clientes quienes preocupados o consiente de la situación actual de la Covid-19, acceden a servicios de aseo y limpieza que garanticen la bioseguridad de sus espacios.

**Tabla 17. ¿Ha contratado un servicio profesional de limpieza, después de la emergencia sanitaria para sentirse más seguro en su hogar o empresa?**

¿ Ha contratado un servicio profesional de limpieza, después de la emergencia sanitaria para sentirse más seguro en su hogar o empresa?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	46	38,6 %
No	67	56,1 %
Tal vez	6	5,3%
Total	119	100%

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms 2021

**Gráfico 11. han contratado servicios de limpieza profesional**



Fuente: Tabla 17

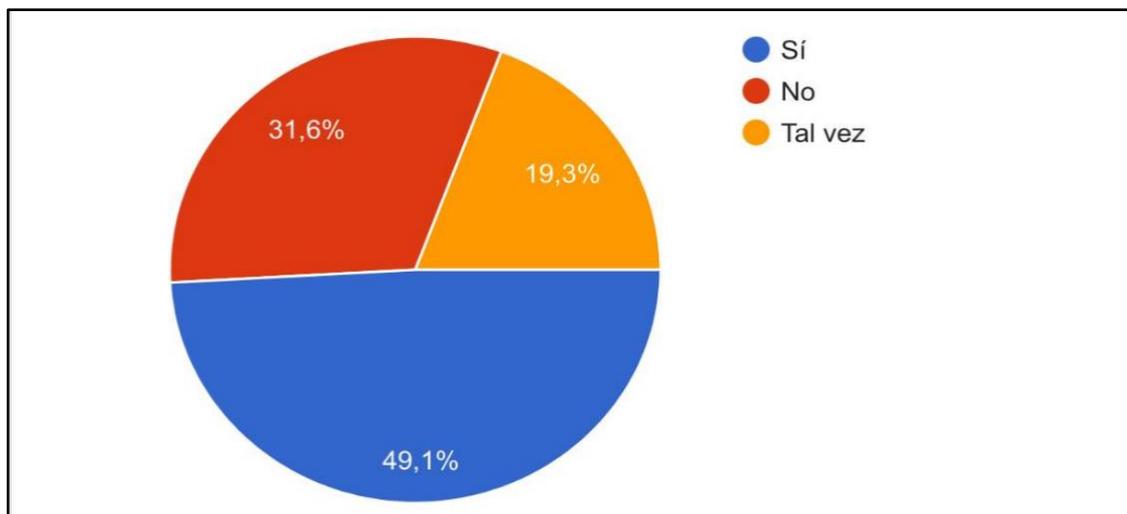
Según la gráfica podemos observar que el 56,1% de los encuestados no ha contratado un servicio de limpieza a raíz de la emergencia sanitaria, el 38,6% si lo consideró necesario y un 5,3 dice que tal vez. Por lo cual es importante dar a conocer los servicios de Limpieza Ya con el propósito de brindar seguridad a cada nuevo cliente

**Tabla 18. ¿Se siente satisfecho(a) con el servicio profesional de limpieza que le han prestado?**

<b>¿ Se siente satisfecho(a) con el servicio profesional de limpieza que le han prestado?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Sí	<b>58</b>	<b>49,1 %</b>
No	<b>38</b>	<b>31,6 %</b>
Tal vez	<b>23</b>	<b>19,3%</b>
Total	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 12. Satisfacción del cliente con el servicio**



**Fuente:** Tabla 18

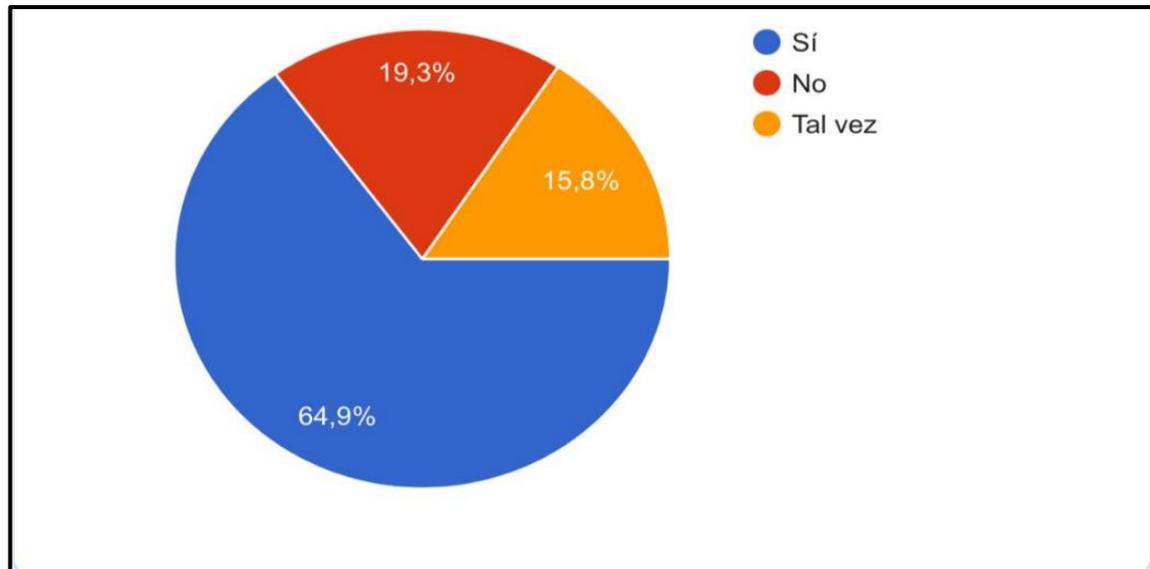
La gráfica nos muestra que un 49,1% de los encuestados se encuentran satisfechos con el servicio de aseo y limpieza que han recibido, el 31,6% no se encuentra satisfecho y el 19,3% dice que tal vez. Se puede inferir que la calidad de los servicios ha sido de agrado de los clientes y se pueden indagar en estas preferencias para brindar un mayor servicio a nuevos clientes de Limpieza Ya.

**Tabla 19. ¿Estima usted que sea necesario seguir contactando este servicio profesional de limpieza contratado anteriormente y que el servicio cuenta con las condiciones de salubridad e higiene necesarias para prestar el servicio?**

<b>¿Estima usted que sea necesario seguir contactando este servicio profesional de limpieza contratado anteriormente y que el servicio cuenta con las condiciones de salubridad e higiene necesarias para prestar el servicio?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Sí	<b>77</b>	<b>64,9 %</b>
No	<b>23</b>	<b>19,3 %</b>
Tal vez	<b>19</b>	<b>15,8%</b>
Total	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms 2021

**Gráfico 13. ¿Es necesario contratar estos servicios de limpieza?**



**Fuente:** Tabla 19

Según lo que nos refleja la gráfica podemos observar que para el 64,9% de los encuestados es necesario seguir contratando el servicio profesional de limpieza y que este cuenta con las condiciones necesarias para la prestación del servicio, un 19,3% asegura que no es necesario volver a contratar este servicio y para el 15,8% tal vez sea necesario.

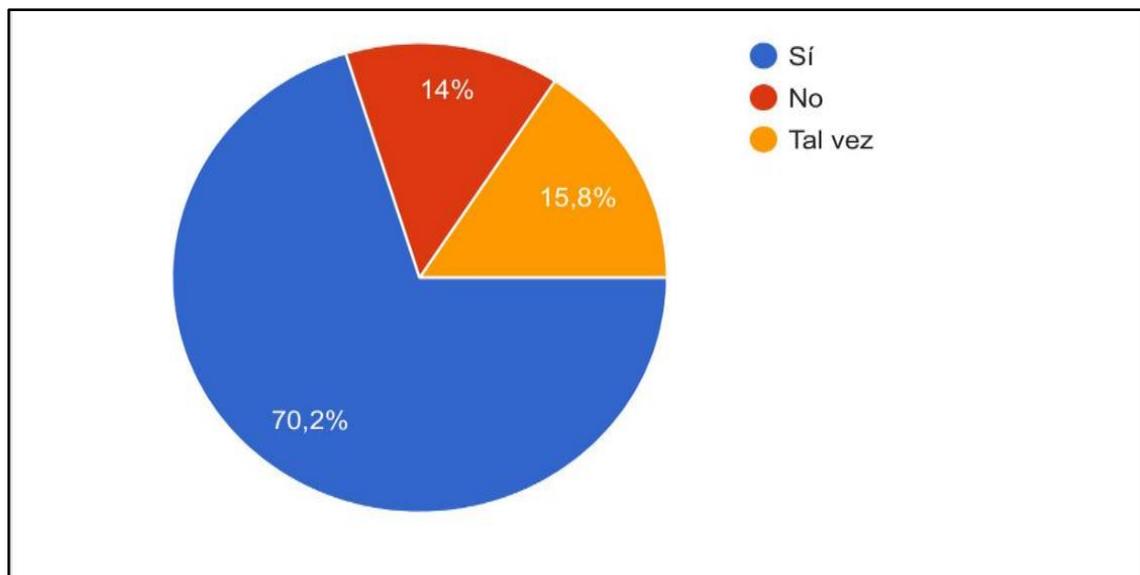
Estos clientes que consideran necesario volver a contratar los servicios, es importante hacerles seguimiento a sus requerimientos y crear un plan de fidelización como clientes habituales de Limpieza Ya.

**Tabla 20. ¿Estaría dispuesto a conocer una nueva empresa que preste un servicio más completo y apropiado a la hora de desinfectar, organizar y asear su hogar o empresa?**

<b>¿Estaría dispuesto a conocer una nueva empresa que preste un servicio más completo y apropiado a la hora de desinfectar, organizar y asear su hogar o empresa?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Sí	<b>83</b>	<b>70,2 %</b>
No	<b>17</b>	<b>14 %</b>
Tal vez	<b>19</b>	<b>15,8%</b>
Total	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 14. Si están dispuesto a conocer una nueva empresa de limpieza**



**Fuente:** Tabla 20

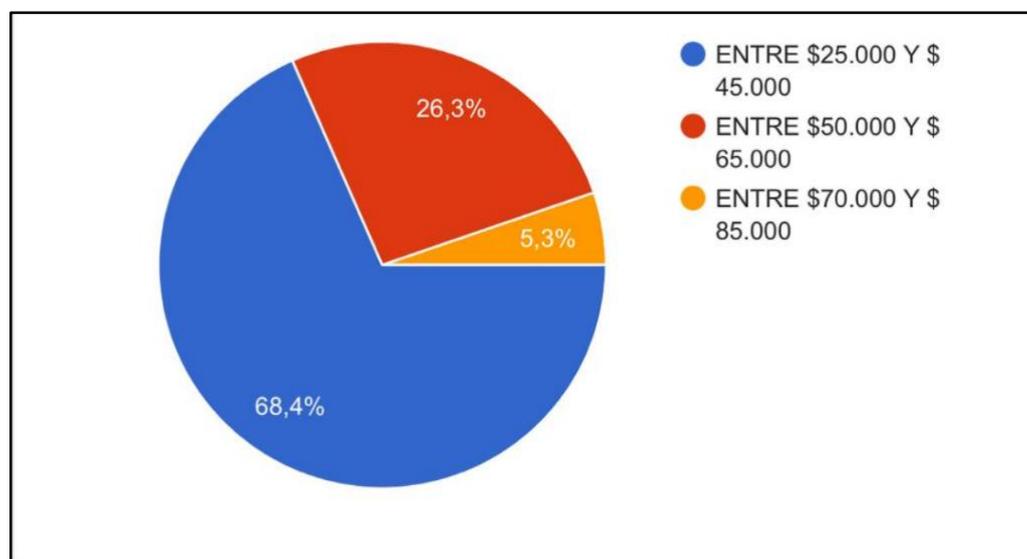
Según los datos arrojados por la encuesta, el 70,2% de los encuestados si está dispuesto a conocer y contratar otra empresa de servicios de limpieza más completo y apropiado para la realización de esta labor, el 15,8% dice que tal vez y un 14 % no está dispuesto. Con estos resultados de la encuesta, se puede asumir que las operaciones de la empresa Limpieza Ya en el municipio de El Banco, Magdalena.

**Tabla 21. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio profesional de limpieza y desinfección?**

¿ Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio profesional de limpieza y desinfección?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Entre \$25.000 y \$35.000	82	68,4 %
Entre \$50.000 y \$65.000	31	26,3%
Entre \$70.000 y \$85.000	6	5,3%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 16. Cuanto pagaría por un servicio de limpieza**



*Fuente: Tabla 21*

Según lo que nos muestra la gráfica un 68,4% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$25.000 y \$45.000 por un servicio profesional de limpieza, el 26,3% está dispuesto a pagar entre \$50.000 y \$65.000 y el 5,3% pagaría entre \$70.000 y \$85.000.

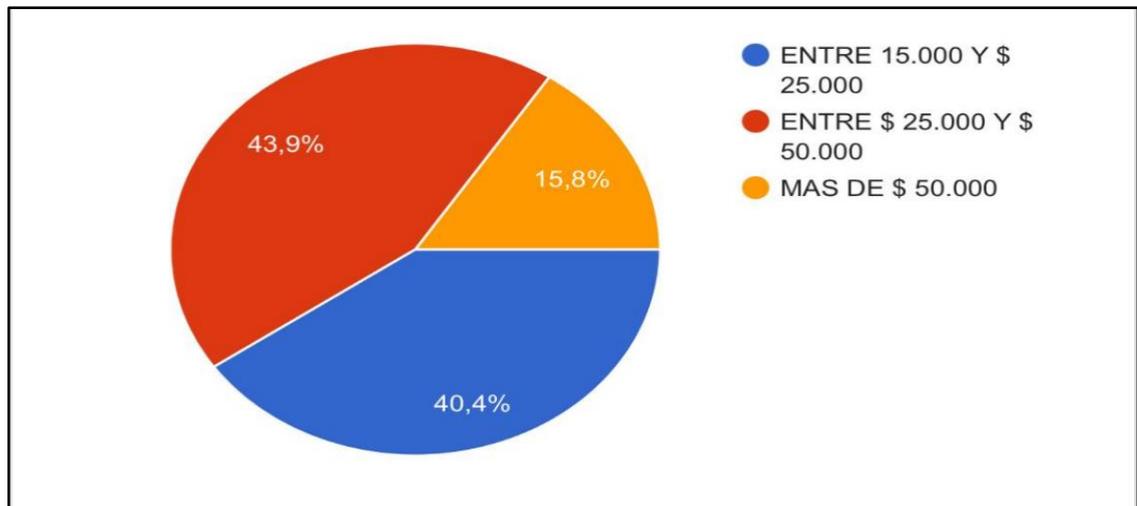
La mayoría de los encuestados prefieren que estos servicios tengan un valor entre \$25.000-\$45.000, precios similares de los servicios de Limpieza ya, lo cual nos da acceso a estos clientes para promover nuestros servicios.

**Tabla 22. ¿Cuánto dinero gasta en productos de limpieza normalmente?**

<b>¿ Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio profesional de limpieza y desinfección?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>Entre \$15.000 y \$30.000</b>	<b>48</b>	<b>40,4 %</b>
<b>Entre \$20.000 y \$50.000</b>	<b>52</b>	<b>43,9%</b>
<b>Más de \$50.000</b>	<b>19</b>	<b>15,8%</b>
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 17. Gasto en productos de limpieza**



**Fuente:** Tabla 22

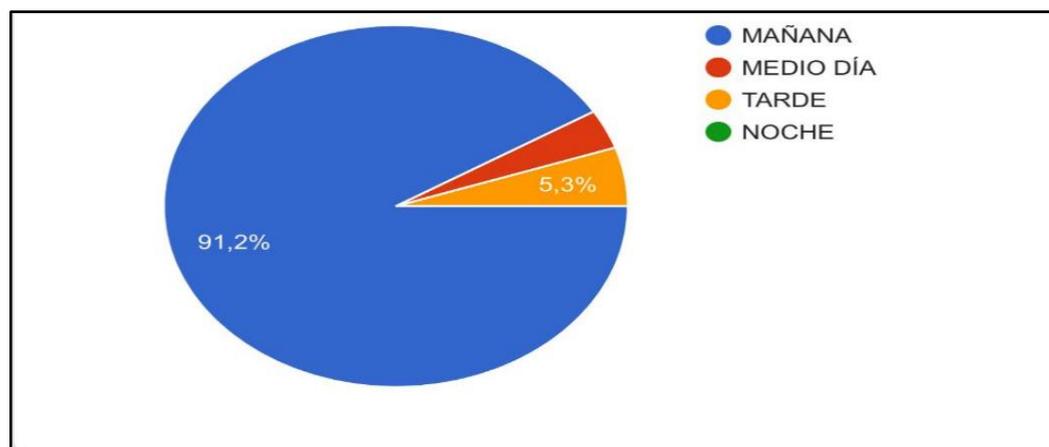
El propósito de plantear esta pregunta es conocer el precio que el cliente objetivo está dispuesto a pagar por los productos utilizados en la limpieza y el aseo de hogares y de instalaciones brindados por Limpieza Ya. El 40,4% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$15.000 Y \$25.000 por productos de limpieza, el 43,9%, accedería a comprarlo en \$25.000 a \$50.000 y el 15,8% restante un valor superior a \$55.000. Cabe resaltar que en el sector los precios de productos con características similares oscilan entre \$18.000 y \$35.000. Por lo tanto, Limpieza Ya planea crear alianzas comerciales con nuevos proveedores que les permita ofrecer productos con precios accesibles para sus clientes.

**Tabla 23. ¿En qué horario le gustaría recibir el servicio profesional de aseo y desinfección?**

¿ En qué horario le gustaría recibir el servicio profesional de aseo y desinfección?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Mañana	<b>108</b>	<b>91,2%</b>
Medio día	<b>4</b>	<b>3,5%</b>
Tarde	<b>7</b>	<b>5,3%</b>
Noche	<b>0</b>	<b>0%</b>
Total	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 18. horario en que quieren en el servicio**



Fuente: Tabla 23

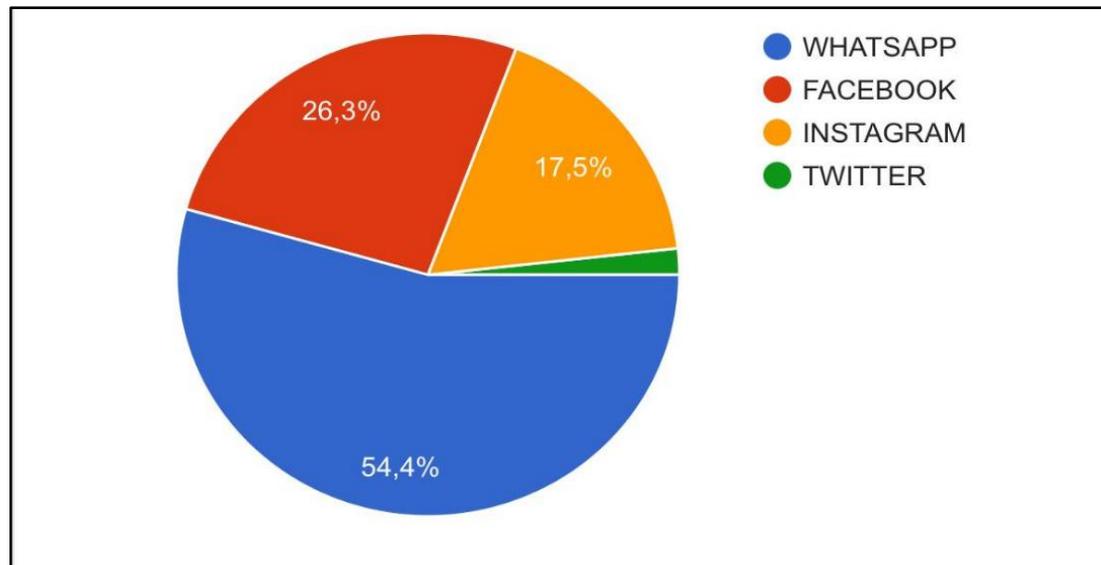
Para un 91,2% de las personas encuestadas en El Banco Magdalena es preferible recibir el servicio en horas de la mañana, para el 5,3% en la tarde y el 3,5% lo prefieren al medio día. Esto indica que Limpieza Ya, puede ofrecer sus servicios principalmente en las horas de la mañana donde se tiene una mayor demanda y ofrecer unas promociones especiales para quienes soliciten los servicios en los horarios menos concurridos.

**Tabla 24. ¿Cuál red social utiliza con más frecuencia?**

<b>¿Cuál red social utiliza con más frecuencia?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>WHATSAPP</b>	<b>65</b>	<b>54,4%</b>
<b>FACEBOOK</b>	<b>32</b>	<b>26,3%</b>
<b>INSTAGRAM</b>	<b>20</b>	<b>17,5%</b>
<b>TWITTER</b>	<b>2</b>	<b>1,8%</b>
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 19. red social más utilizada**



**Fuente:** Tabla 24

En la gráfica podemos observar que para 54,4% de los encuestados en el banco Magdalena WhatsApp es la red social que mayormente utilizan, el 26,3% utilizan más Facebook, el 17,5% le dan mayor uso a Instagram y el 1,8% utilizan más Twitter.

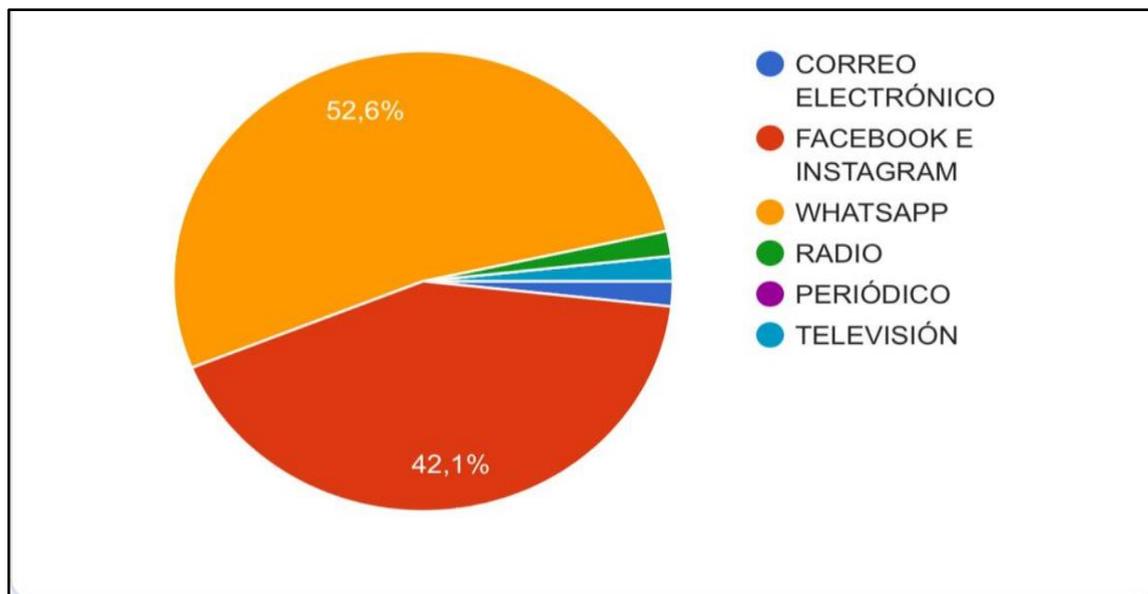
Los encuestados son muy activos en las redes sociales, por lo cual se puede enfocar una estrategia de marketing digital, que se le envíen constantemente información de los servicios de Limpieza Ya y por los cuales se pueden recibir las solicitudes de los servicios.

**Tabla 25. ¿A través de qué medio le gustaría obtener información acerca del servicio de limpieza de LIMPIEZA YA?**

<b>¿A través de qué medio le gustaría obtener información acerca del servicio de limpieza de LIMPIEZA YA?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>Correo electrónico</b>	<b>2</b>	<b>1,7%</b>
<b>Páginas oficiales (Instagram y/o Facebook</b>	<b>50</b>	<b>42,1%</b>
<b>Mensajes de WhatsApp</b>	<b>63</b>	<b>52,6%</b>
<b>Estaciones de Radio</b>	<b>2</b>	<b>1,7%</b>
<b>Periódico</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Televisión</b>	<b>2</b>	<b>1,7%</b>
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 20. Medio preferido para adquirir el servicio**



*Fuente: Tabla 25*

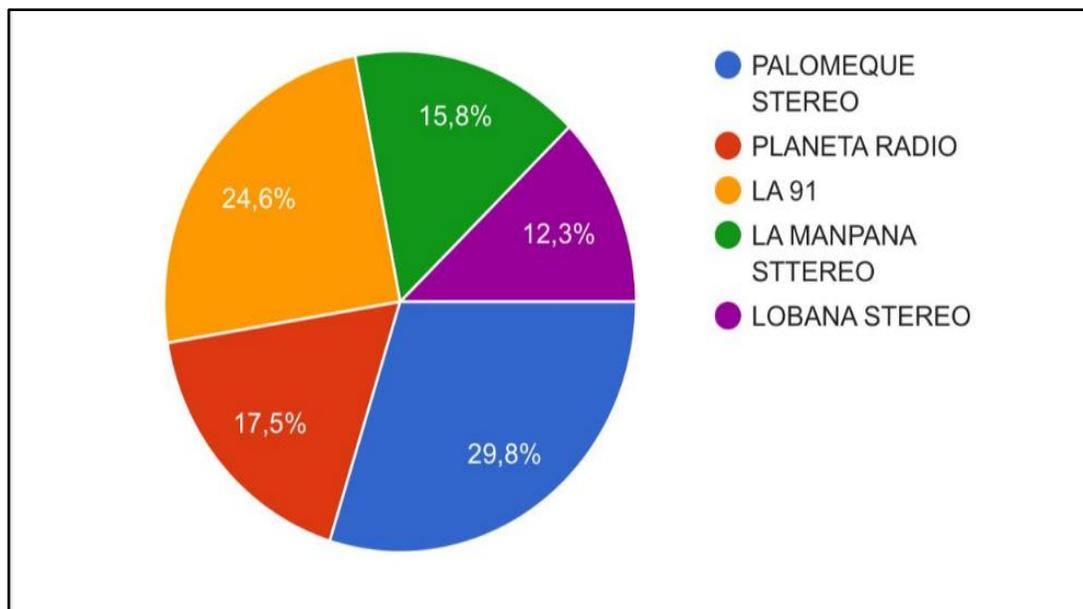
La gráfica nos muestra que para el 52,6% de los encuestados es mucho mejor recibir información acerca del servicio por medio de WhatsApp, el 42,1% lo prefiere por Facebook e Instagram y el 5,3% de los restantes de encuestados lo prefieren por medio de correo electrónico, radio o televisión. dando como resultado que la empresa Limpieza Ya necesita más formas de publicidad e información para dar a conocer sus productos para motivar a los empresarios y las personas que requieran los servicios de limpieza.

**Tabla 26. ¿Cuál es su estación de radio favorita?**

<b>¿Cuál es su estación de radio favorita?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>Palomeque Estéreo</b>	<b>35</b>	<b>29,8%</b>
<b>Planeta Radio</b>	<b>21</b>	<b>17,5%</b>
<b>La 91</b>	<b>29</b>	<b>24,6%</b>
<b>La Mampana radio</b>	<b>19</b>	<b>15,8%</b>
<b>Lobana Estéreo</b>	<b>15</b>	<b>12,3%</b>
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 21. Estación de radio favorita**



**Fuente:** Tabla 26

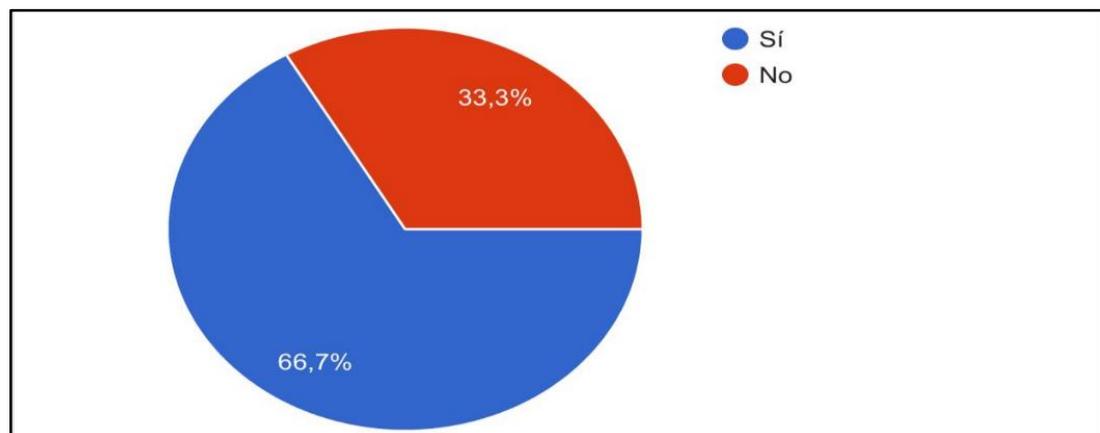
Según la gráfica podemos observar que para el 29,8% de las personas encuestadas de El Banco, Magdalena su estación de radio favorita es Palomeque estéreo, el 24,6% prefiere la 91, el 17,5% prefiere planeta radio, el 15,8% elige la Manpana estéreo y el 12,3% se queda con Lobana estéreo. Por lo cual se debe incluir en la estrategia de publicidad difusión radial de los servicios de Limpieza Ya, de tal modo se puede atraer clientes nuevos para la empresa.

**Tabla 27. ¿Lee usted el periódico de Los Sures Noticias?**

¿Lee usted el periódico de Los Sures Noticias?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	79	66,7 %
No	40	33,3 %
Total	119	100%

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms 2021

**Gráfico 22. ¿Lee el periódico de los Sures?**



**Fuente:** Tabla 27

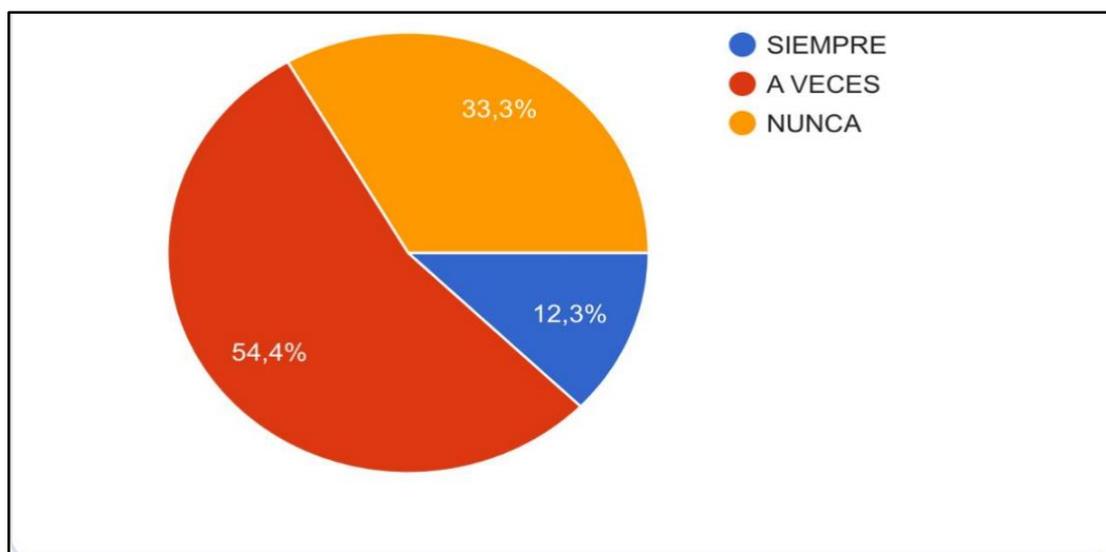
En la gráfica podemos observar que el 66,7% de las personas encuestadas leen el periódico de los sures noticias y el 33,3% indicó que no lee este periódico. Por lo cual Limpieza Ya, puede publicar Banners en los periódicos impresos para atraer más clientes y posicionarse en la mente de los consumidores Banqueños.

**Tabla 28. ¿Con qué frecuencia ve usted el canal de noticias Canal 12?**

¿Con qué frecuencia ve usted el canal de noticias Canal 12?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Siempre	15	12,3 %
A veces	64	54,4 %
Nunca	40	33,3
Total	119	100%

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 23. frecuencia con la que ven el canal 12**



Fuente: Tabla 28

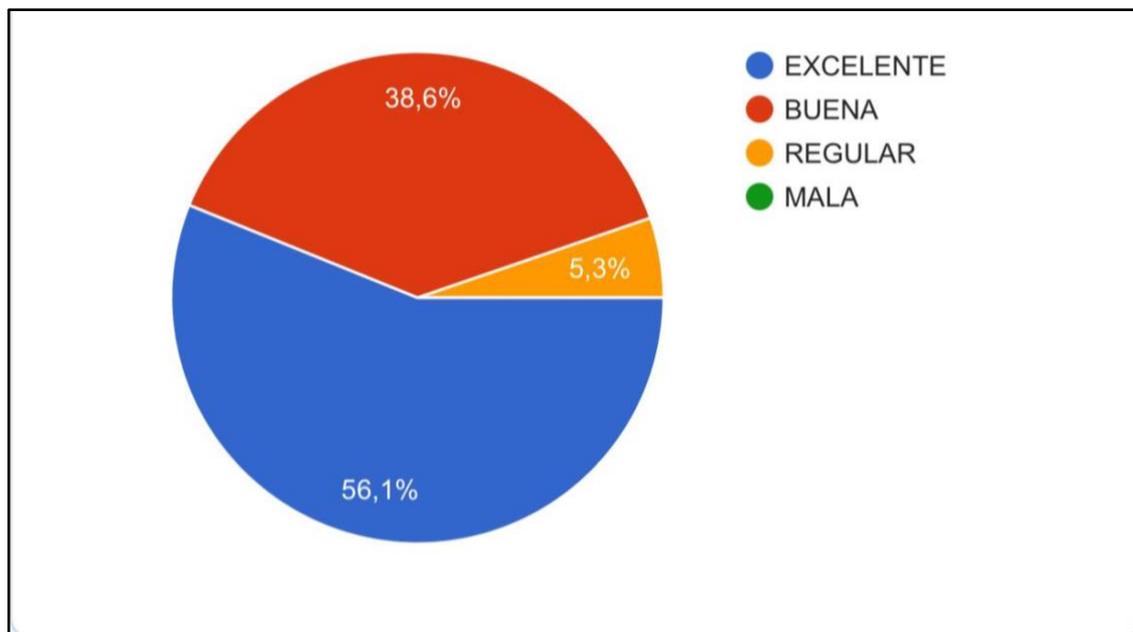
La gráfica nos indica que solo el 12,3% de los encuestados ven el canal de noticias, el 33,3% dice que nunca ven este canal y el 54,4% a veces ve el canal de noticias. Se puede asumir, que no sería recomendable pautar en la franja del Noticias canal 12, ya que no tendría impacto en los clientes objetivos de Limpieza Ya.

**Tabla 29. ¿Qué calificación le da al servicio de Limpieza Ya según su experiencia?**

<b>¿Qué calificación le da al servicio de limpieza según su experiencia?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Excelente	<b>68</b>	<b>56,1 %</b>
Buena	<b>48</b>	<b>38,6 %</b>
Regular	<b>3</b>	<b>5,3%</b>
Mala	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

**Gráfico 24. Experiencia según el servicio**



**Fuente:** Tabla 29

Según la gráfica podemos observar que el 56,1% de los encuestados califican el servicio de limpieza recibido como excelente, el 38,6% dice que el servicio fue bueno y el 5,3% lo calificó como regular. Frente a estos resultados, es claro que la atención y el servicio de Limpieza Ya, es bien percibido por parte de los clientes, lo que va a generar mayores ventas, así también se podrían contar con los testimonios de los clientes en las distintas redes sociales y la página oficial de Limpieza Ya.

#### 4. ENFOQUE MERCADO – PRODUCTO

**TABLA 30. Matriz de Ansoff**

<b>PENETRACIÓN DE MERCADOS</b>		<b>DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS</b>
	<b>PRODUCTOS ACTUALES</b>	<b>PRODUCTOS NUEVOS</b>
<b>MERCADOS ACTUALES</b>	<p>Limpieza Ya, estableció sus operaciones en el municipio de El Banco, Magdalena, aprovechando la demanda de servicios de aseo y limpieza y la necesidad de brindarlo a los habitantes de este municipio, estable para sus clientes diferentes servicios siguiendo con los protocolos de bioseguridad y sanidad y contrarrestar el virus del Covid-19.</p> <p>La empresa cuenta con clientes que requieren los servicios en su portafolio: aseo sencillo, aseo completo, y lavado a empresas de carácter público y privado, así como a hogares. cuenta con clientes habituales, en las distintas presentaciones de los productos</p>	<p>Limpieza Ya, planea expandir las operaciones a la venta de productos de limpieza e instrumentos de limpieza, biodegradables y amigables con el ambiente.</p> <p>Posicionar en la mente de los clientes los beneficios de los servicios de aseo y limpieza de sus inmuebles a través de un precio de penetración diferenciado para captar más clientes e incrementar el volumen de servicios fijos que permitan cubrir los costos fijos de las operaciones de Limpieza Ya.</p>

	<p>y en la variedad de vinos con los cuales se preparan las sangrías.</p> <p>Adicionalmente se están manejando alianzas comerciales con empresas proveedoras de los insumos de limpieza además de capacitaciones constante a los empleados para seguir las normativas al ofrecer los servicios.</p>	
<p><b>MERCADOS NUEVOS</b></p>	<p><b>DESARROLLO DE MERCADOS</b></p> <p>Expandir sus operaciones a otros municipios que requieran los servicios de aseo y limpieza, siendo los primeros en llegar a estos municipios y posicionarse en la atención de clientes potenciales que no están siendo atendidos.</p>	<p><b>DIVERSIFICACIÓN</b></p>

Fuente: Matriz Ansoff adaptada por Autores, 2021

## 5. ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE MARKETING

### 5.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

**Tabla 31. Estrategia de producto (servicios)**

LIMPIEZA YA	
	<p><b>Servicios de aseo, limpieza y lavado en El Banco, Magdalena.</b></p> <p><b>Aseo sencillo:</b> este incluye la limpieza de terraza, dos habitaciones, dos baños, sala, comedor, cocina y patio incluye desinfectante y aromatizante (espacio adicional tiene un incremento).</p> <p><b>Aseo completo:</b> este incluye la limpieza de terraza, dos habitaciones, dos baños, sala, comedor, cocina y patio incluye desinfectante y aromatizante (espacio adicional tiene un incremento).</p> <p><b>Aseo a hoteles:</b> limpieza de habitaciones, baños y pasadizos lavado de sábanas y organización de sesiones.</p> <p><b>Limpieza a empresas:</b> limpieza de las áreas e inmuebles, incluye desinfectantes y aromatizantes de calidad, el valor dependerá del tamaño de la empresa según su área.</p> <p><b>Lavado de ropa:</b> consiste en el lavado y organización de la ropa.</p>
<b>CARACTERISTICAS</b>	<p>Brindar un servicio de aseo y limpieza bajo los más altos estándares de calidad, eficiencia y seguridad garantizando ser un servicio confiable y que cumpla con las expectativas del cliente.</p> <p><b>Servicios prestados a:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Empresas Públicas y privadas.</b></li> <li>• <b>Hogares.</b></li> </ul>

## ARQUITECTURA DE LA MARCA

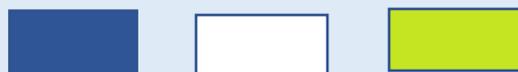
**Marca:** Limpieza Ya utiliza un modelo Modelo monolítico (branded house), lo que implica concentrar toda la construcción y gestión de marca sobre un único nivel para la marca corporativa y comercial.



Limpieza Ya emplea un Isologo, en el cual encontramos el nombre de la empresa, el logo “¡Lo hacemos por ti!” y una imagen gráfica que incluye una escoba y un balde.

Creando una entidad visual del servicio de aseo y limpieza, actividad principal de la empresa.

### Paleta de colores:



Los colores representativos de Limpieza Ya son el azul, el blanco y un amarillo fluorescente. Los dos primeros colores pueden ser encontrados en diferentes productos de limpieza y en marcas relacionadas con servicios de aseo y limpieza.

<b>BENEFICIOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Servicio personalizado que se le dará a cada cliente.</li> <li>✓ El apoyo de una plataforma web donde el cliente podrá hacer todo el proceso de solicitud del servicio.</li> <li>✓ Diseño de servicios que se complementa con las diferentes modalidades de servicio de aseo doméstico y limpieza para hogares y empresas</li> </ul>
<b>VENTAJAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Precio de servicios accesible.</li> <li>✓ Portafolio de servicios diseñado para la necesidad individual de los clientes.</li> <li>✓ Servicios diarios, semanales o mensuales</li> </ul>
<b>CICLO DE VIDA DEL SERVICIO</b>	<p>El producto se encuentra en la fase de introducción al mercado, que conlleva un mayor coste, ya que se debe realizar una inversión en un plan de marketing que permita atraer a los clientes (personas entre 25 y 60 años), además de asegurar alianzas comerciales con los proveedores de los productos y elementos de limpieza necesarios para prestar los servicios a cada cliente.</p>

Fuente: Autores, 2021.

## 5.2. ESTRATEGIA DE PRECIO

Se desarrollará una estrategia de precios bajos, teniendo en cuenta los costos fijos y variables en cuanto a la adquisición de los insumos y productos y el margen de ganancia que se quiere obtener. Partiendo de ello, tenemos la siguiente información del valor percibido de nuestro servicio en el mercado en la actualidad. El cálculo del precio de venta se realizó bajo la fórmula:

$$PV = \frac{\text{Costo de venta}}{(1 - \% \text{ margen})}$$

**Tabla 32. Cálculo del precio de venta del servicio Aseo Sencillo**

DESCRIPCIÓN	COSTO
<b>Mano de obra</b>	\$ 3.000
<b>Insumos</b>	\$ 4.000
<b>Costos de transporte</b>	\$ 4.000
<b>TOTAL COSTO</b>	\$ 11.000
<b>Costo</b>	\$11.000
<b>% Margen de ganancia (rentabilidad)</b>	45%
<b>Precio de venta final</b>	\$20.000

Fuente: Autores, 2021.

Aplicando la fórmula se tiene entonces,

$$PV = \frac{11.000}{(1-0.45)} = 20.000$$

Redondeando, el precio del servicio de aseo sencillo sería de \$20.000.

**Tabla 33. Cálculo del precio de servicio de Aseo completo**

DESCRIPCIÓN	COSTO
<b>Mano de obra</b>	\$ 5.000
<b>Insumos</b>	\$ 4.400
<b>Costos de transporte</b>	\$ 6.000
<b>TOTAL COSTO</b>	\$ 15.400
<b>Costo</b>	\$15.400
<b>% Margen de ganancia (rentabilidad)</b>	56%
<b>Precio de venta final</b>	\$35,000

Fuente: Autores, 2021.

Aplicando la fórmula se tiene entonces,

$$PV = \frac{15.400}{(1-0.56)} = 35,000$$

Redondeando, el precio de servicio de Aseo completo sería de \$35.000

**Tabla 34. Cálculo del precio de servicio de Lavado de Ropa**

DESCRIPCIÓN	COSTO
<b>Mano de obra</b>	\$ 3.000
<b>Insumos</b>	\$ 4.000
<b>Costos de transporte</b>	\$ 5.000
<b>TOTAL COSTO</b>	\$ 12.000
<b>Costo</b>	\$12.000
<b>% Margen de ganancia (rentabilidad)</b>	40%
<b>Precio de venta final</b>	\$20.000

Fuente: Autores, 2021.

Aplicando la fórmula se tiene entonces,

$$PV = \frac{12.000}{(1-0.40)} = 20.000$$

De acuerdo a esto, el precio del servicio de Lavado de ropa sería de \$20.000.

**Tabla 35. Cálculo del precio de servicio de Aseo a Hoteles**

DESCRIPCIÓN	COSTO
<b>Mano de obra</b>	\$ 120.000
<b>Insumos</b>	\$ 85.000
<b>Costos de transporte</b>	\$ 120.000
<b>TOTAL COSTO</b>	\$ 325.000
<b>Costo</b>	\$325.000
<b>% Margen de ganancia (rentabilidad)</b>	50%
<b>Precio de venta final</b>	\$650.000

Fuente: Autores, 2021.

Aplicando la fórmula se tiene entonces,

$$PV = \frac{325.000}{(1-0.50)} = 650.000$$

Definiendo, el precio del servicio de aseo a hoteles sería de \$650.000 Mensual.

**Tabla 36. Cálculo del precio de servicio de Limpieza de empresas**

DESCRIPCIÓN	COSTO
<b>Mano de obra</b>	\$ 4.500
<b>Insumos</b>	\$ 5.000
<b>Costos de transporte</b>	\$ 5.000
<b>TOTAL COSTO</b>	\$ 14.500
<b>Costo</b>	\$14.500
<b>% Margen de ganancia (rentabilidad)</b>	48%
<b>Precio de venta final</b>	26,851

Fuente: Autores, 2021.

Aplicando la fórmula se tiene entonces,

$$PV = \frac{14.500}{(1-0.48)} = 26.851$$

Redondeando, el precio del servicio de Limpieza para empresas sería de \$27.000.

### 5.2.1. Medios de pago

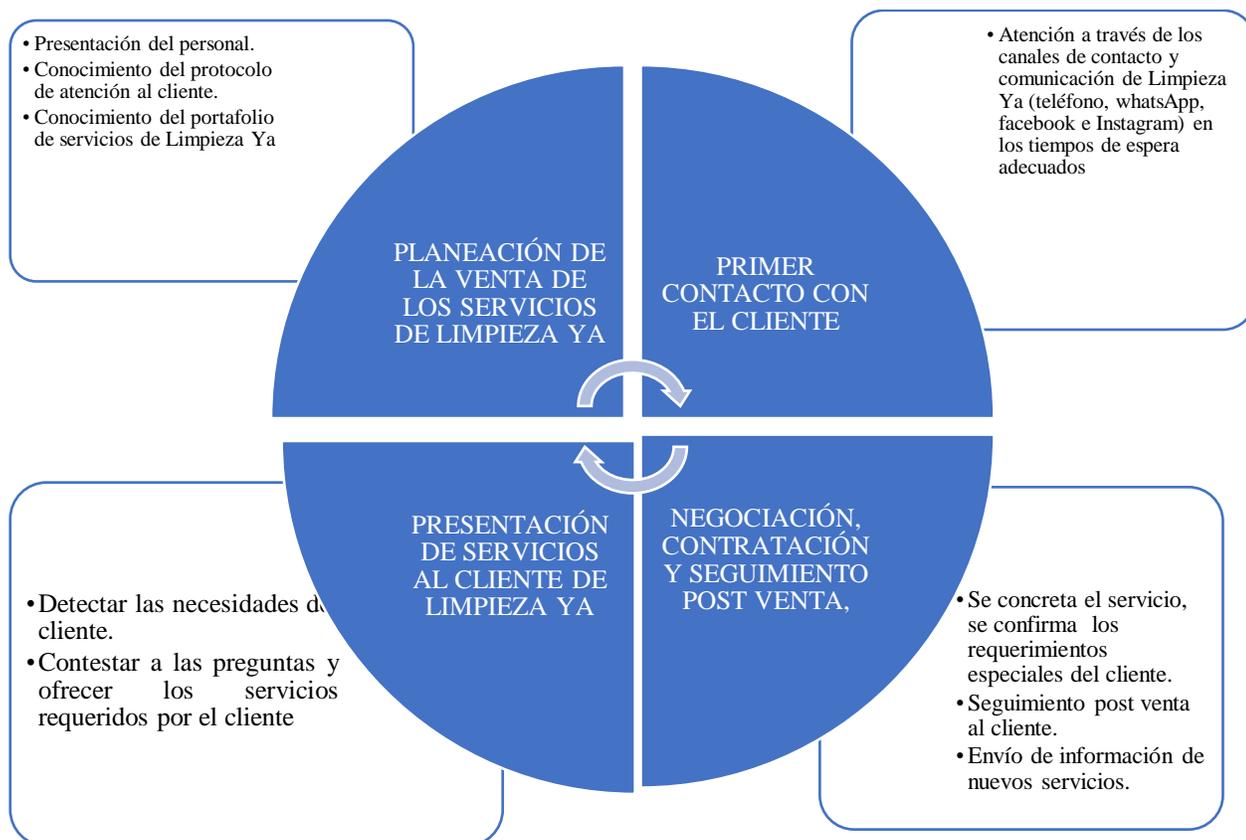
La empresa Limpieza Ya, establecerá diferentes medios de pago que le permitan a las personas y a las empresas acceder a sus servicios, dentro de las opciones se utilizar plataformas electrónicas de pago y transferencias como: Nequi, Daviplata, transferencias bancarias y pago directos al momento de recibir los servicios de Limpieza Ya.

### 5.2.2. Momentos de verdad

Los momentos de verdad son definidos según su autor Jan Carlzon, como “el momento en que el cliente tiene algún contacto con la empresa y utiliza por cualquiera de los medios establecidos por ella, cualquier prestación de servicio o producto y la experiencia de contacto que tiene con la persona que lo atendió, teniendo este contacto unas características propias que generalmente es evaluada por el cliente de manera concreta y crítica obteniendo una impresión sobre el servicio prestado”. (Carlzon: 1991).

#### Ilustración 7. Momento de verdad en el proceso de Venta de los servicios de

#### Limpieza Ya



Fuente: Autores, 2021.

En la mayoría de atención al cliente de los momentos de verdad identificados por los clientes es de vital importancia que dentro de la definición de la estrategia del servicio se den las pautas por parte de Limpieza Ya la forma y mecanismos de acción para atender de manera adecuadas los retos constantes presentados por los clientes en los ciclos de servicio.

### 5.2.3. Triángulo de Servicios Limpieza ya

El triángulo del servicio es un esquema creado en los 80's por Karl Albrecht, Permite concebir el servicio como un todo, que se encadena y que actúa alrededor del cliente.

La excelencia en el servicio se puede alcanzar mediante el Triángulo del servicio, en el cual se integra una estrategia bien concebida, es decir, se crea una filosofía del servicio que se imparte al personal adecuado, que es el que tiene contacto con el público y que opera sobre unos sistemas amables con el cliente (Albrecht: 1987).

#### Ilustración 8. El triángulo de servicios



**Fuente:** Triángulo de Servicios, adaptado de Albrecht ( 1987)

Para la empresa Limpieza Ya es muy importante seguir los principios de atención al cliente, ya que para las empresas de servicio el objetivo es atraer, conocer y fidelizar a sus clientes, es por ello que Limpieza Ya define su triángulo de servicio para los clientes de El Banco Magdalena de la siguiente manera:

#### **5.2.3.1. Estrategia de servicios**

La estrategia de servicios de Limpieza Ya se enfoca en brindar el mejor servicio de limpieza y aseo de manera oportuna, profesional y responsable. Cada una de las actividades deben estar alineadas con la misión y la visión de Limpieza Ya y de esta manera la empresa pueda ser reconocida por los banqueños e incursionar en otros municipios del departamento.

#### **5.2.3.2. Los sistemas**

Para Limpieza Ya es muy importante contar con los sistemas y software, necesarios que contribuyan a la mejor prestación y atención a sus clientes, programas que permitan recibir los pedidos de manera online de los servicios de aseo y de limpieza, así como la implementación de plataformas de e-commerce, que contribuyan a la entrega y desarrollo de los servicios a cada uno de los clientes como Campañas publicitarias a través de medios masivos e información de productos a través de redes sociales.

#### **5.2.3.3. El personal**

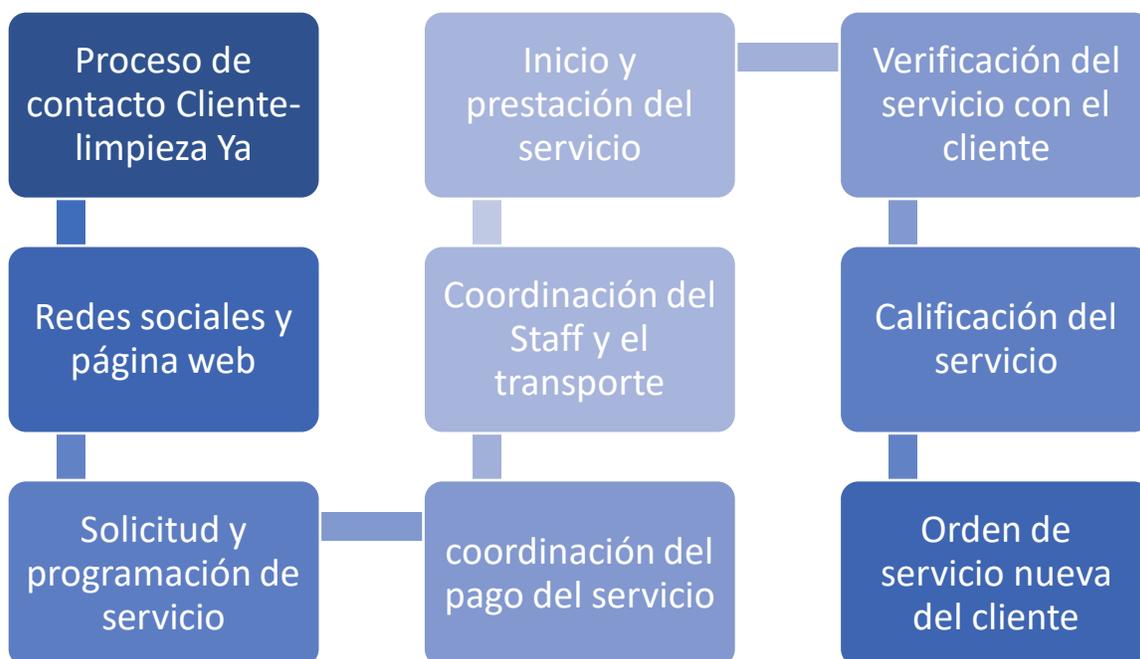
Limpieza Ya considera que el personal es muy importante en el desarrollo de las actividades de la empresa, es por ello que se plantean realizar capacitaciones constantes sobre normas vigentes y legales relacionadas con el portafolio de servicios, medidas de sanitarias y de bioseguridad al momento de realizar sus actividades, así

como procesos de selección donde evalúen las competencias y habilidades enmarcadas y requeridas para el cumplimiento de la estrategia del servicio de Limpieza Ya.

#### 5.2.4. Flujo de Proceso de Servicios Limpieza Ya

Limpieza ya asume un compromiso por la calidad del servicio, por tal motivo en el siguiente grafico se muestra el flujo de proceso para la entrega de los servicios a los clientes en el municipio de El Banco, Magdalena.

**Ilustración 9. Flujo de Proceso de Servicios Limpieza Ya**



**Fuente:** Autores, 2021

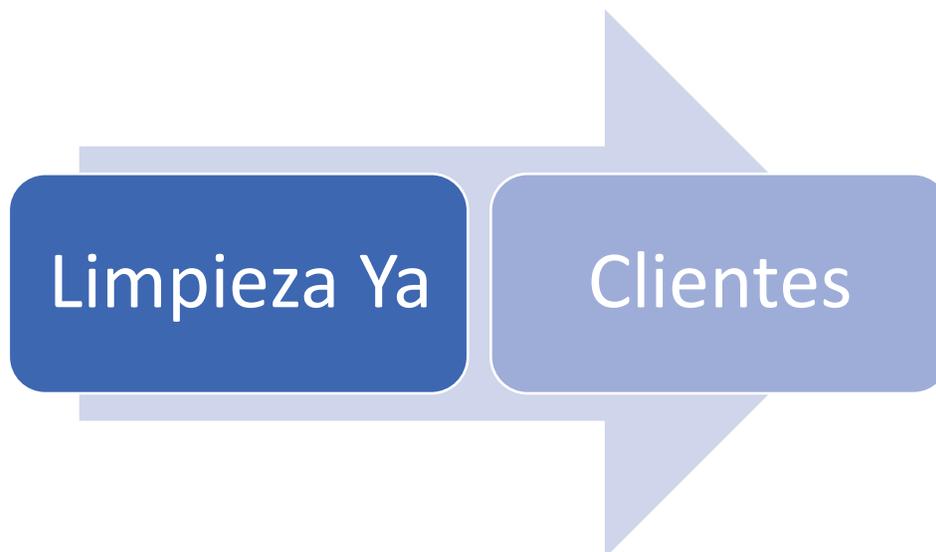
### 5.3. ESTRATEGIA DE PLAZA-DISTRIBUCIÓN

#### 5.3.1. Canales de distribución directo:

La finalidad de las empresas es la entrega de sus productos o servicios a los clientes, en el caso de Limpieza Ya, el canal de distribución es directo, ya que las características de los servicios a prestar son diferentes y se realiza entre la empresa y el cliente sin la presencia o interacción de intermediarios en el proceso de entrega del servicio en su canal de distribución.

Será Limpieza Ya directamente la encargada de coordinar la logística necesaria para enviar el personal para ejecutar la orden de servicio a los hogares y empresas, de tal modo asumirá todos los costos asociados a este, incluido los productos aseo y elementos necesarios, además del pago al personal que realice el servicio.

**Ilustración 10. Canal de distribución Directo**

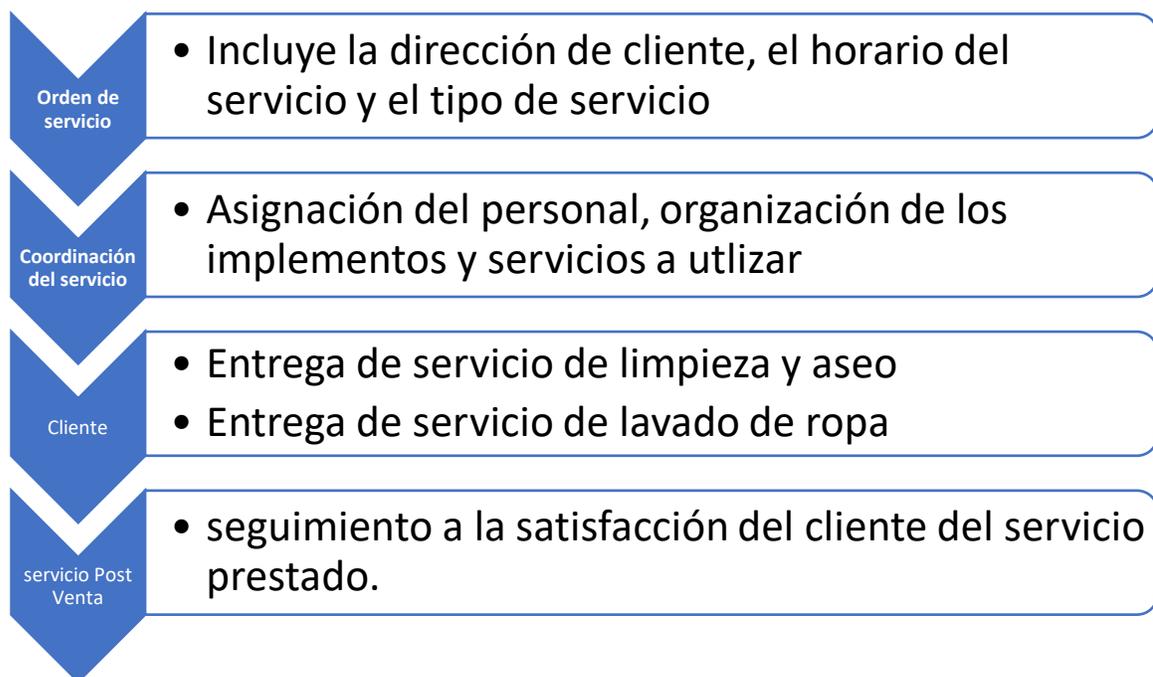


**Fuente:** Autores, 2021

Limpeza Ya utilizará como canales de distribución y venta de sus servicios una página web oficial, redes sociales (principalmente Facebook e Instagram) y telemarketing sobre todo para realizar coordinación directa del servicio. Esto se realizará mediante la interacción de la empresa con los clientes y clientes potenciales, brindando información de los servicios ofrecidos, tarifas y divulgación de los insumos utilizados que son eco amigables.

Los pedidos son programados por lo menos con 48 horas de anticipación lo que permite efectuar un plan de acción que incluye: la disponibilidad del staff, implementos y productos listos para usar.

#### **Ilustración 11. La distribución del servicio de Limpieza Ya**



**Fuente:** Autores, 2021

#### **5.4. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN (COMUNICACIÓN)**

Limpieza Ya, es una empresa que tiene como objetivo principal posicionarse en el mercado de aseo y limpieza en El Banco, Magdalena; iniciando sus operaciones en el municipio de EL Banco. Siguiendo con estos objetivos, planea implementar una estrategia de promoción y comunicación a través de distintos canales, que contribuyan a posicionar a la empresa en la mente de los Banqueños y ser la empresa que obtenga una ventaja competitiva en este mercado.

Dicha estrategia plantea los siguientes objetivos:

- Implementar un Plan de Medios que impulse los servicios de Limpieza Ya a sus clientes potenciales (personas entre los 25 y 60 años), empresas públicas y privadas.
- Transmitir las ventajas y beneficios de adquirir los servicios de la empresa Limpieza Ya, a través de la publicación de videos sobre la experiencia de nuestros clientes.
- Fidelizar a nuestros clientes a través de un plan de promociones de servicios de limpieza con productos ecológicos mediante la participación en ferias ecológicas y ruedas comerciales.
- Canalizar y persuadir a nuevos clientes, de los atributos de los servicios de Limpieza Ya, generando un mayor flujo de ventas y reconocimiento en el mercado local.
- Aprovechar el uso acelerado de la tecnología para posicionar la marca y captar clientes con Campañas de Marketing online vía página web y redes sociales.

#### **5.4.1. PLAN DE MEDIOS:**

EL Plan de medios es una estrategia de promoción y difusión de los servicios de la empresa Limpieza Ya, su propósito es aprovechar la necesidad de los Banqueños de limpieza y tranquilidad en su hogar y en sus empresas, a través de los servicios de aseo y limpieza, por medio de la confianza y el profesionalismo del personal de la empresa.

Se plantea implementar diferentes estrategias y herramientas que permitan transmitir ese mensaje a través de medios como la radio, el periódico y los canales online, así como las redes sociales de la empresa (Facebook e Instagram).

##### **5.4.1.1.PLAN DE MEDIOS OFF LINE:**

###### **5.4.1.1.1. Radio**

Por ser una empresa nueva y pequeña, Limpieza Ya, planea pautar en las estaciones de radio más reconocidas en El Banco, Magdalena, resaltando las ventajas y beneficios de adquirir sus servicios, mensaje que se reforzará a través de los canales oficiales de la empresa.

La frecuencia de los mensajes es la siguiente: los mensajes se emitirán 8 veces en el día, 4 veces en la mañana y 4 veces en la tarde. Se transmitirán de lunes a domingo entre las 8:00 a.m. a 12:00 m. y de 2:00 a 6:00 p.m. Se selecciona esta franja de hogar, con énfasis en las amas de casa y empresas que necesiten servicio de aseo.

Se pautaría en las siguientes emisoras: Palomeque Estéreo, Planeta Radio, La 91 y La Mampaná Radio.

**Tabla 37. Plan de medios radio, Limpieza Ya**

**CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING**

**PLAN DE MEDIOS RADIO**

**Duración: 3 mes**

**Fase: Lanzamiento**

**Mes: Mayo, junio y julio.**

EMISORA	AVISO REFERENCIA	PROGRAMACION	DURACION CUÑA	FRECUENCIA	PAUTA	V/L Mensual	V/L TOTAL Tres meses
<b>Palomeque estéreo</b>	¡Limpieza Ya! ¡Lo hacemos por ti!	Mañana	15"	8 diarias	Lunes a Domingo Inicio: lunes 10 Termina: Sábado 31 Total cuñas: 720	\$206.000	<b>\$618.000</b>
<b>planeta radio</b>	¡Limpieza Ya! ¡Lo hacemos por ti!	Mañana y Tarde	20"	8 diarias	Lunes a Domingo Inicio: lunes 10 Termina: Sábado 31 Total cuñas: 720	\$316.000	<b>\$948.000</b>
<b>La 91</b>	¡Limpieza Ya! ¡Lo hacemos por ti!	Mañana	15"	8 diarias	Lunes a Domingo Inicio: lunes 10 Termina: Sábado 31 Total cuñas: 720	\$196.000	<b>\$588.000</b>

<b>La Mampana Radio</b>	¡Limpieza Ya! ¡Lo hacemos por ti!	Mañana	15"	8 diarias	Lunes a Domingo Inicio: lunes 10 Termina: Sábado 31 Total cuñas: 720	\$258.000	<b>\$774.000</b>
							<b>\$2.928.000</b>

**Fuente:** Autores con datos proporcionados por las emisoras de radio, 2021

#### 5.4.1.1.2. Prensa

Limpieza Ya ha decidido pautar sus servicios en el Periódico Los Sures Noticias, ya que es el medio de comunicación de preferencia de los Banqueños, es un medio altamente reconocido y con alta credibilidad y sus lectores se encuentran en el rango de nuestros clientes potenciales personas de 25-60 personas.

**Tabla 38. Plan de medios Prensa, Limpieza Ya**

**PLAN DE MEDIOS PRENSA**      **Duración: 1 mes**      **Fase: Lanzamiento**

**Mes: Mayo**

PERIÓDICO	AVISO REFERENCIA	POSICION	TAMAÑO	COLOR	PAUTA		V/L UNIT	V/L TOTAL
					DIA	FECHA		
<b>Los Sures Noticias</b>	¡Limpieza Ya! ¡Lo hacemos por ti!	Primer cuadernillo primera página	½ media página	Policromía	miércoles	19	185.000	<b>185.000</b>
<b>Los Sures Noticias</b>	¡Limpieza Ya! ¡Lo hacemos por ti!	Sección opinión	3 col X 20	Bicolor	domingo	23	96.000	<b>96.000</b>
<b>TOTAL</b>								<b>\$281.000</b>

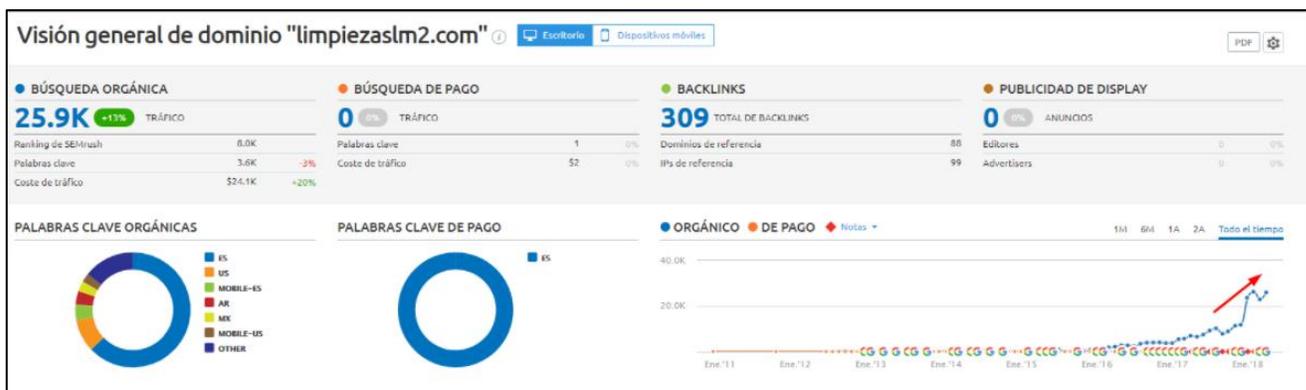
**Fuente:** Autores, basado en tarifas de periódico Los Sures Noticias, 2021.

#### 5.4.1.2. PLAN DE MEDIOS ONLINE

##### 5.4.1.2.1. Estrategia SEM (Search Engine Marketing)

Se pretende utilizar herramientas SEM que permitan el posicionamiento de la empresa Limpieza Ya. Tal es el caso de la herramienta Semrush, que nos permitirá conocer el comportamiento de nuestro cliente objetivo, además de conocer la percepción de nuestros competidores principales.

## Ilustración 12. Herramienta SEM Semrush



Fuente: Ejemplo de Publicación SEM en Google.

Adicionalmente, se planea implementar las **KeyWords** para que nuestros clientes nos encuentren en los principales buscadores como Google. El propósito es ser muy objetivos y precisos con las palabras que pueden asociarse a los servicios prestados por Limpieza. Las palabras que se pueden relacionar, serían: *limpieza residencial*, *limpieza de hogares*, *limpiadores de casa*, *limpieza de la casa*, *limpieza de empresas*, *limpieza a hoteles*, *lavado de ropa*, *limpieza a domicilio*. Incluyendo las descripciones de nuestros archivos, como fotos, publicaciones, videos y demás contenido digital que se pueda asociar con Limpieza Ya.

### Ilustración 13. Keywords relacionadas con aseo y limpieza

Palabra clave	Pos.	Volumen	CPC (USD)	Tráfico
<a href="#">como quitar manchas de sangre</a>	1 (1)	8,100	0.52	<div style="width: 100%;"></div>
<a href="#">como limpiar alfombras</a>	1 (1)	3,600	0.78	<div style="width: 100%;"></div>
<a href="#">como limpiar zapatos de ante</a>	1 (1)	3,600	0.58	<div style="width: 100%;"></div>
<a href="#">manchas de sangre</a>	1 (1)	1,300	0.25	<div style="width: 100%;"></div>
<a href="#">limpiar sofa</a>	1 (2)	1,300	1.51	<div style="width: 100%;"></div>

Fuente: Ejemplo de Keywords en Google.

Se pretende implementar la herramienta SE Ranking muy útil para conocer el estado de posicionamiento del sitio además de conocer el posicionamiento y la búsqueda de las Keywords relacionadas con Limpieza Ya.

### Ilustración 14. Herramienta SE Ranking

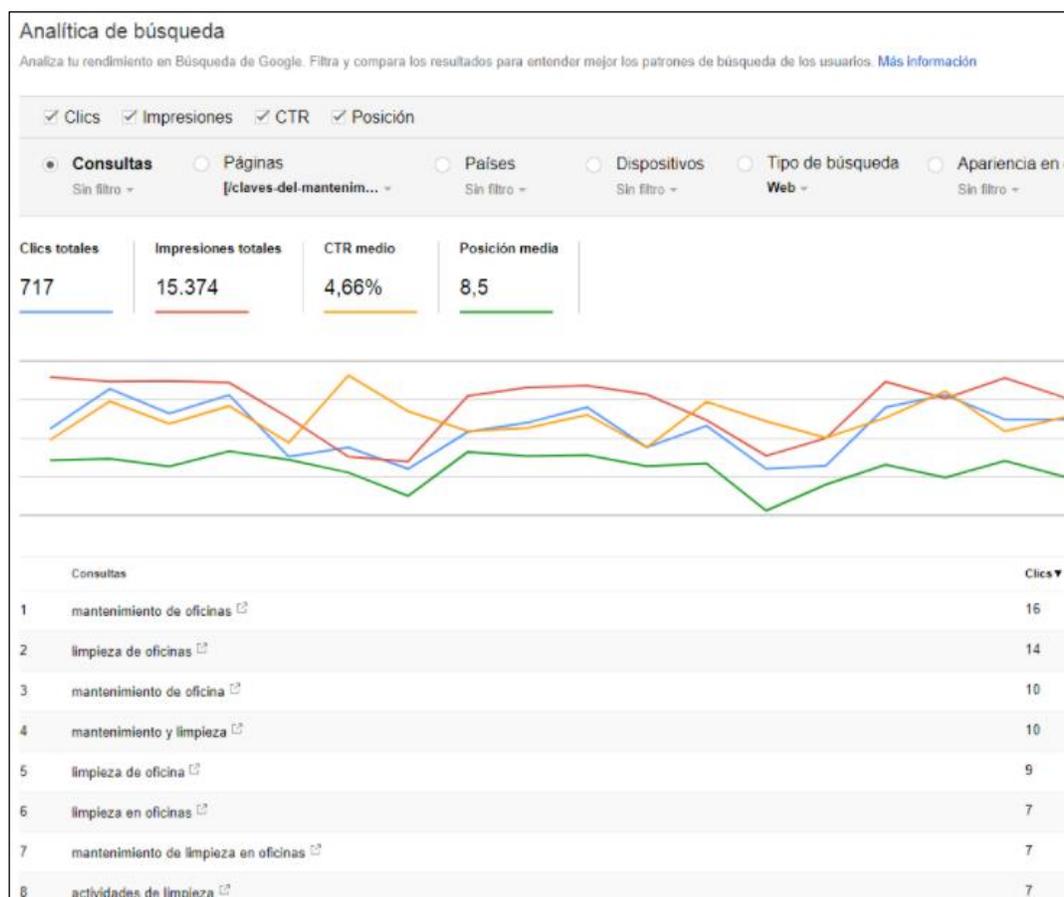
PALABRAS CLAVE (1 - 4 DE 4)		VOL. DE BÚSQUEDA
<input type="checkbox"/> Limpieza en casa	<a href="#">↔</a>	880
<input type="checkbox"/> lavado de ropa	<a href="#">↔</a>	4.4K
<input type="checkbox"/> limpieza en empresas	<a href="#">↔</a>	20
<input type="checkbox"/> limpieza en el hogar	<a href="#">↔</a>	480

Fuente: herramienta online SE Ranking

### 5.4.1.2.2. Estrategia SEO

La empresa Limpieza Ya, piensa implementar varias herramientas SEO que le permita posicionarse entre las búsquedas de los clientes potenciales, que hace consultas de empresas que ofrecen los servicios de aseo y limpieza. Se planea implementar una herramienta gratuita denominada Google Search Console.

**Ilustración 15. Google Search Console**



**Fuente:** Ejemplo de Google herramienta Google Search Console.

Una empresa como Limpieza Ya, puede desarrollar una estrategia de marketing de contenido y posicionamiento SEO, enfocado en los servicios de limpieza, limpieza de empresas, limpieza de hogares.

- **Posicionamiento Seo de Home:** La creación de la página web de Limpieza Ya, debe constituir contenidos variados, estar bien posicionada en Google, bien estructurada y contar con un código sencillo donde el mensaje principal sea: “empresa de limpieza para hogares y empresas en el municipio de El Banco”.

**Ilustración 16. Homepage Limpieza Ya**



**Fuente:** Autores, 2021.

#### 5.4.1.2.3. Estrategia de redes sociales

Limpieza Ya, considera que las redes sociales son sus aliadas para el lanzamiento de la empresa, posicionamiento en el mercado y crear una mayor interacción con los clientes. Son un medio masivo que permite recopilar la percepción de los clientes sobre los servicios y los testimonios y seguimiento a la satisfacción de ellos.

Con la interacción constante en los perfiles de las redes sociales de la empresa con los clientes, las publicaciones de contenido de interés y los canales de comunicación como WhatsApp, se facilita una respuesta más rápida a las necesidades de los clientes. Estos perfiles deben ser actualizados constantemente, con contenido relevante y de tendencia para que al aumentar la interacción estos sean mayormente expuestos a los clientes objetivos.

### Ilustración 17. Página de Facebook Limpieza Ya



**Fuente:** Página de Facebook de Limpieza Ya.

En el primer panel de la página de Facebook los visitantes pueden encontrar la información principal de Limpieza Ya: teléfono de contacto, enlace a nuestras redes sociales, cuenta de correo electrónicos y la categoría de la empresa de servicios.

Adicionalmente, se implementará un Landing Page utilizando unbounce.com que luego enlazaremos a un anuncio en Facebook que tenga en cuenta los criterios de segmentación y posicionamiento de la empresa para atraer a los usuarios de esta red social y transmitir las características más relevantes de nuestro servicio para el segmento meta en el municipio de El Banco.

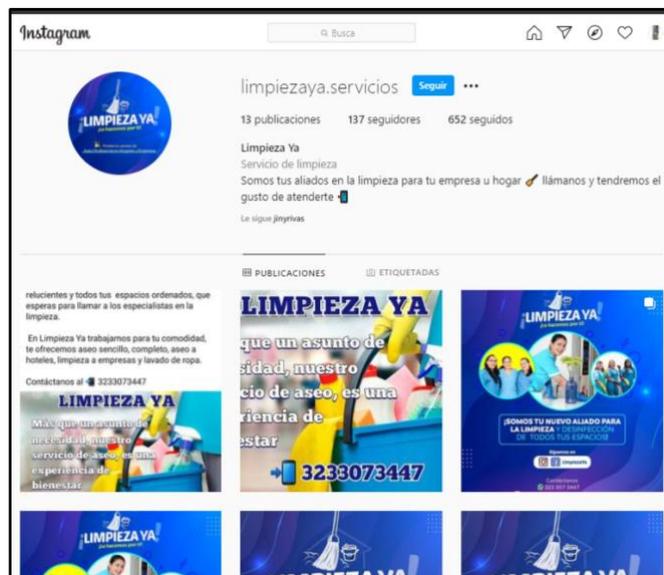
### Ilustración 18. Publicación en página de Facebook Limpieza Ya

The image shows a screenshot of a Facebook post from the page 'Limpieza Ya'. The post is dated 24 de marzo and features a blue-themed graphic with the company logo and text. The text of the post reads: "En Limpieza Ya nuestro compromiso es brindar un servicio de calidad con el mejor talento humano. Si necesitas ayuda en la limpieza de tu hogar, el aseo de tu oficina o empresa. llámanos para dar soluciones a tus necesidades. Clientes como La Registraduría de El Banco Magdalena demuestran porque somos tu mejor opción para la limpieza de todos tus espacios... Ver más". Below the text is a photo showing "ANTES" and "DESPUES" of a cleaning service. The post has 2 likes and 2 shares. The left sidebar shows "Transparencia de la página" and "Páginas relacionadas".

**Fuente:** Página de Facebook de Limpieza Ya.

A través del uso de esta herramienta de Unbounce se pretende medir el alcance de las poblaciones en Facebook, Instagram y la página web de Limpieza Ya, así como recopilar información sobre las visitas e interacción en estas redes. Se prevé que esta estrategia permita que los clientes soliciten información de los servicios, se inscriban a los newsletters y finalmente realicen el agendamiento de su servicio.

### Ilustración 19. Perfil de Instagram Limpieza Ya



**Fuente:** Página de Limpieza Ya en Instagram

Organizar a través de estas redes sociales concursos en línea que permite aumentar seguidores y lograr posicionamiento frente a la competencia. El tipo de concurso que se puede realizar en línea puede ser promocionar un sorteo de limpieza con productos ecológicos a domicilio. Este tipo de actividad, permite recolectar la información de los posibles clientes interesados en el servicio de limpieza.

## Ilustración 20. Sorteos y concursos en redes sociales

¡Limpieza Ya!  
¡Lo hacemos por tí!

Participa todo el mes de mayo por un aseo completo en tu hogar o en tu empresa.

NOMBRE

CORREO ELECTRÓNICO

TELÉFONO

ENVIAR

Two smartphone screens are shown, each displaying a social media advertisement for 'Limpieza Ya!'. The top screen features the text '¿NECESITAS AYUDA CON LA LIMPIEZA DE TU OFICINA U HOGAR?' and the bottom screen features '¿SOMOS TU NUEVO ALIADO PARA LA LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN DE TODOS TUS ESPACIOS?'. Both screens include the company logo, contact information, and social media icons.

**Fuente:** Página de Limpieza Ya en Instagram y Facebook.

Se puede contemplar adquirir anuncios en las Instagram Stories, tiene una exposición de 24 horas mínimo, se puede seleccionar como objetivo de la historia el reconocimiento de la marca, el alcance y el tráfico de los usuarios, se selecciona la ubicación de usuarios activo en el Banco Magdalena. Integrando el logo y el mensaje de: **¡Limpieza Ya! ¡Lo hacemos para tí!**

## Ilustración 21. Creación de anuncio en Stories de Instagram



Fuente: Página Oficial de Instagram.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> <https://business.instagram.com/a/stories/how-to>

**Tabla 39. Alcance promedio de la pauta en las Stories de Instagram en Colombia**

Ciudad	Público potencial total	Objetivo: Alcance	Objetivo: Tráfico	
		Alcance estimado	Alcance estimado	Clics estimados
Bogotá DC	2.600.000	2.700 a 7.100	600 a 2.200	8 a 47
Medellín	1.200.000	2.500 a 6.000	590 a 2.100	7 a 44
Cali	730.000	2.600 a 9.800	700 a 2.600	7 a 45
Barranquilla	520.000	2.400 a 11.000	720 a 2.700	6 a 39
Pereira	420.000	2.700 a 10.000	750 a 2.900	7 a 41
Bucaramanga	310.000	2.800 a 4.700	770 a 2.900	7 a 42
Cartagena	250.000	3.000 a 9.000	910 a 3.300	7 a 42

**Fuente:** Página Oficial de Instagram.<sup>3</sup>

El valor de estos anuncios en Colombia, según la página de Instagram para el público de hombres y mujeres entre los 18 y 65 años invirtiendo en pauta al día alrededor de USD \$2,5 (algo como \$5.000 pesos colombianos).

<sup>3</sup> <https://business.instagram.com/a/stories/how-to>

**Tabla 40. Presupuesto y Cronograma del Plan de medios**

Medio	Mayo	Junio	Julio	V/L TOTAL
<b>Radio</b>	\$976.000	\$976.000	\$976.000	<b>\$2.928.000</b>
<b>Prensa</b>	<b>\$281.000</b>			\$281.000
<b>Anuncios Historias de Instagram</b>	<b>\$5.000 diarios por 30 días \$150.000</b>	<b>\$5.000 diarios por 30 días \$150.000</b>	<b>\$5.000 diarios por 30 días \$150.000</b>	\$450.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$3.659.000</b>

**Fuente:** Autores, 2021.

#### 5.4.1.3. Volantes Publicitarios

Se planean diseñar volantes publicitarios de la empresa Limpieza Ya, son una forma práctica y económica de publicitar información de manera eficiente y rápida. Se concibe repartirlos en eventos y zonas donde se encuentre nuestro público objetivo.

**Tabla 41. Presupuesto Volantes Publicitarios**

Descripción	Cantidad	Valor total
Folleto de Propacolte 150 gr	<b>1/2 carta 1000 unidades</b>	<b>\$55.000</b>
Full Color una cara	<b>1/4 de carta : 2000 unidades</b>	<b>\$75.000</b>
		<b>Total: \$130.000</b>

Fuente: Autores, 2021

## Ilustración 22. Volantes de Limpieza Ya



**LIMPIEZA YA**  
¡lo hacemos por ti!

### CONTRATA NUESTROS SERVICIOS

**ASEO SENCILLO**  
\$20.000 IVA

Incluye limpieza de terraza, 2 cuartos, dos baños, sala, cocina, incluye desinfectante y aromatizante, organización de sesiones, tender cama, aseo de patio sencillo (espacio adicional tiene un incremento).

**ASEO COMPLETO**  
\$35.000 IVA

Incluye limpieza de terraza, 2 cuartos, dos baños, sala, cocina, y patio incluye desinfectante y aromatizante, organización de sesiones, tender cama, limpieza profunda del hogar (espacio adicional tiene un incremento).

**LAVADO DE ROPA**  
\$20.000 IVA

Lavado de ropa aproximadamente 30kg, incluye el uso de detergente y aromatizante específico. (peso adicional tiene un incremento al igual que ropa de lavado a mano.)

Contáctanos  
323 307 3447  
limpiezayaservicios@gmail.com

El Banco Magdalena



**LIMPIEZA YA**  
¡lo hacemos por ti!

**¡SOMOS TU NUEVO ALIADO PARA LA LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN DE TODOS TUS ESPACIOS!**

Síguenos en

  LimpiezaYa

Contáctanos  
323 307 3447

Fuente: Volante de Publicidad de Limpieza Ya.

## **5.5.PLAN DE RRPP:**

La empresa Limpieza Ya, creará un Plan de Relaciones Públicas, con el objetivo de consolidar la relación de la empresa principalmente con los clientes, proveedores, y socios comerciales, que permitan una ventaja competitiva en el mercado de las empresas de Limpieza y Aseo en la región.

### **5.5.1. Demostraciones de servicios**

Se harán demostraciones de los servicios prestados por Limpieza Ya, en sectores o zonas claves donde se puedan encontrar al cliente objetivo. Esto permitirá que los clientes conozcan el portafolio de servicios ofrecidos, además de los productos utilizados en la limpieza y el lavado de la ropa, reconocimiento del personal de limpieza altamente calificado, confiable y competente.

También permite obtener la retroalimentación, de los clientes quienes hacen parte de esta demostración, esperando recibir una satisfacción y el agendamiento de los servicios brindados.

### Ilustración 23. Demostración de servicios de Limpieza Ya



**Fuente:** Página de Facebook de Limpieza Ya.

#### 5.5.2. Stand en ferias de servicios

Se asistirá a ferias de servicios que se realicen en el municipio de El Banco, Magdalena donde se fomente el apoyo a las empresas del municipio, con el propósito de dar a conocer los servicios y los beneficios de contratar al personal capacitado de Limpieza Ya. Además, se contará con una inscripción para recibir newsletters de la empresa y de esta manera se recopilará información y registro de clientes potenciales que desean acceder a los servicios de la empresa.

### Ilustración 24. Modelo de Stand de feria de servicios



**Fuente:** Clientes en el stand de una empresa de maquinaria de limpieza.

#### 5.5.3. Employer Branding

Limpieza Ya considera que consolidarse como una empresa en la cual los empleados se sienten identificados, desean capacitarse y disfrutan de sus actividades, es una de las estrategias principales como relaciones públicas internas. Contar con espacios que permitan al personal convertirse en los mejores embajadores de la compañía. Por medio de la capacitación, seguimiento de las actividades y planes de bienestar para los empleados, que contribuyan a la imagen que la empresa Limpieza Ya quiere mantener en El Banco, Magdalena.

### Ilustración 25. Personal de Limpieza Ya



**Fuente:** Página de Facebook de Limpieza Ya.

**Tabla 42. Presupuesto y Calendario Plan de Relaciones Públicas**

ACTIVIDAD	Mayo	Junio	Julio	Total
Demostraciones de servicios	\$260.000	\$260.000	\$260.000	\$780.000
Stand en ferias de servicios		\$380.000		\$380.000
Employer Branding (capacitaciones y actividades a empleados)	\$300.000	\$300.000	\$300.000	\$900.000
<b>Total:</b>	\$560.000	\$940.000	\$560.000	\$2.060.000

Fuente: Autores, 2021

**5.6.PLAN DE PROMOCIÓN EN VENTAS:**

La empresa Limpieza Ya, considera muy importante da a conocer sus servicios en El Banco, Magdalena para atraer clientes y establecer la marca como la empresa de Servicios de Limpieza y Aseo insignia en el municipio.

**5.6.1. Ofertas especiales**

Se ofrecerán a los clientes que realicen su primera orden de servicio un descuento del 10% y para la segunda y tercera ocasión se le otorgará un descuento del 15%.

**Ilustración 26. Cupón de descuento**



**Fuente:** Autores, 2021.

### 5.6.2. Promociones a cambio de Reviews

Aprovechando el uso constante de las redes sociales se puede diseñar una estrategia en la cual los clientes de Limpieza Ya, hacen un pequeño review o un testimonio sobre la experiencia del servicio adquirido, los clientes que realicen este review positivo en Facebook, Instagram o Google; utilizando el hashtag **#GraciasLimpiezaYa** recibirán en su correo una promoción vigente de 30 días para agendar su servicio con un 20% de descuento.

### Ilustración 27. Testimonio de un cliente de Limpieza Ya



**Fuente:** Página de Facebook de Limpieza Ya.

Adicionalmente, se realizarán promociones a empresas o personas que programen ordenes de servicio por medio de una suscripción mensual que incluye asesoramiento, prioridad para asignar sus servicios y beneficios para los clientes que refieran.

## **5.7.PLAN DE VENTAS PERSONALES**

El plan de ventas personales de la empresa Limpieza Ya, comprenderá cada una de las actividades que el equipo de venta realice para garantizar el flujo constante de nuevos clientes que generen rentabilidad a la empresa. Dentro de las actividades principales se puede mencionar:

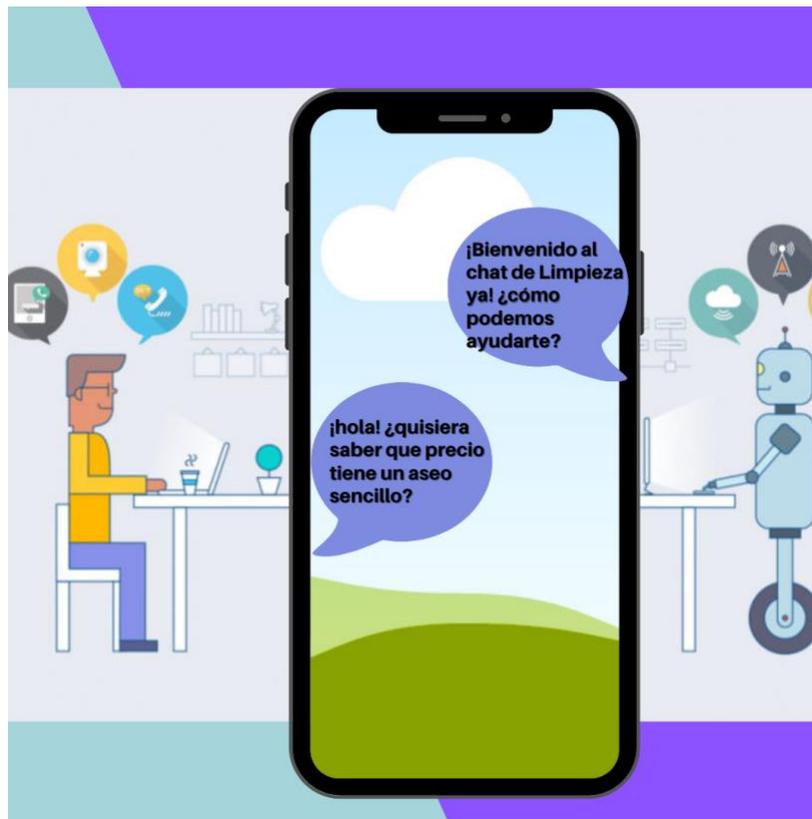
- Realizar una proyección de ventas mensuales.
- Generar un listado de clientes potenciales que será distribuido entre el equipo comercial de Limpieza Ya. Cada miembro de este equipo estará encargado de realizar el primer contacto con los clientes, realizarles una presentación de la empresa y de los servicios ofrecidos, informarles los beneficios y las ventajas de este servicio profesional y finalmente agendar los servicios de este cliente.
- Seguimiento post venta a los clientes, por medio de recopilación de información sobre la satisfacción del cliente, comportamiento de compras o generación de nuevas órdenes de servicios, a la vez de obtener datos de referidos a los cuales se les puedan ofrecer los servicios de Limpieza Ya.

## **5.8.PLAN DE MARKETING DIRECTO**

### **5.8.1. ChatBot**

Se instalará en la página oficial de Limpieza Ya y en las redes sociales (Facebook e Instagram), además de WhatsApp Business; un chatbot que les permita a los clientes realizar preguntas sobre los servicios de Limpieza Ya, para ello se diseñará un formato de preguntas frecuentes y estos asistentes virtuales contestarán a las preguntas de los clientes, lo que contribuirá a ahorrar costos, mejorar los tiempos de respuesta, extender el horario de atención, entre otras.

### Ilustración 28. Chatbot



Fuente: Autores, 2021.

### 5.8.2. Telemarketing

Se filtrarán los datos obtenidos de la estrategia de Landing Page en nuestras redes sociales, los miembros del call center ofrecerán los diferentes servicios de Limpieza Ya, los precios, los horarios, además se creará una base de datos que permita conocer las necesidades y deseos de los clientes y poder aplicar el CRM (Customer Relationship Management), estrategia centrada en captar nuevos clientes y darles seguimiento a los clientes actuales.

### **5.8.3. Email Marketing**

Se enviarán correos informativos cada mes a las personas que hayan inscrito sus datos en nuestras redes sociales o página web, presentando los servicios de Limpieza Ya, actualizando los nuevos servicios ofrecidos, acompañados de testimonios de clientes satisfechos.

### **5.8.4. Plan de fidelización**

Con la ayuda de la CRM, se pretende conocer las necesidades individuales de los clientes, lo que permitirá la creación de contenido y enviar mensajes personalizados para hacer seguimiento a las órdenes de servicio de aseo y limpieza de estos clientes. Enviar promociones en fechas especiales como celebraciones y cumpleaños.

## **5.9.PRESUPUESTO DE MERCADEO**

**Tabla 43. Presupuesto Total de Mercadeo**

<b>Medio</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>V/L TOTAL</b>
<b>Radio</b>	\$976.000	\$976.000	\$976.000	<b>\$2.928.000</b>
<b>Prensa</b>	<b>\$281.000</b>			\$281.000
<b>Anuncios Historias de Instagram</b>  \$5.000 diarios por 30 días	<b>\$150.000</b>	<b>\$150.000</b>	<b>\$150.000</b>	\$450.000
<b>Plan de RRPP</b>	\$560.000	\$940.000	\$560.000	<b>\$2.060.000</b>
<b>Volantes Publicitarios</b>	\$130.000			<b>\$130.000</b>
<b>Total:</b>	<b>\$2.097.000</b>	<b>\$2.066.000</b>	<b>\$1.686.000</b>	<b>\$5.849.000</b>

**Fuente:** Autores, 2021.

## **6. DATOS Y PROVISIONES FINANCIERAS**

Se presentan los datos y provisiones financieras de los servicios ofrecidos por la empresa Limpieza Ya, a cinco años, teniendo en cuenta que se prevé que cada año las ventas se incrementen en 120 unidades para cada servicio.

Se tomó el Índice de Precios al Consumidor (IPC) como indicador principal para el estado de resultado. Este porcentaje corresponde al 1, 95% según datos de la página del DANE variación anual abril 2021.<sup>4</sup>

**Tabla 44. Datos y provisiones financieras Aseo Sencillo**

Servicio de Aseo Sencillo					
Inflación anual abril 2021 1.95%					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	20.000	20.390	20.788	21.193	21.606
Unidades	345	465	585	705	825
(=) Ingreso Bruto	6.900.000	9.481.350	12.160.749	14.941.039	17.825.137
(-)Costo de Venta Unitario	11.000	11.215	11.433	11.656	11.883
(-)Costo de venta Anual	3.795.000	5.214.743	6.688.412	8.217.572	9.803.825
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>3.105.000</b>	<b>4.266.608</b>	<b>5.472.337</b>	<b>6.723.468</b>	<b>8.021.311</b>
Gastos Operaciones de Admon	155.250	213.330	273.617	336.173	401.066
Gastos Operacionales de Ventas	248.400	341.329	437.787	537.877	641.705
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>2.701.350</b>	<b>3.711.949</b>	<b>4.760.933</b>	<b>5.849.417</b>	<b>6.978.541</b>
Impuesto sobre la renta	837.419	1.150.704	1.475.889	1.813.319	2.163.348
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>1.863.932</b>	<b>2.561.244</b>	<b>3.285.044</b>	<b>4.036.098</b>	<b>4.815.193</b>

**Fuente: Autores, 2021.**

**Tabla 45. Datos y provisiones financieras Servicio de Aseo completo**

<sup>4</sup> <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>

Servicio de Aseo Completo					
Inflación anual abril 2021 1.95%					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	35.000	35.683	36.378	37.088	37.811
Unidades	345	465	585	705	825
(=) Ingreso Bruto	12.075.000	16.592.363	21.281.311	26.146.818	31.193.989
(-)Costo de Venta Unitario	15.400	15.700	16.006	16.319	16.637
(-)Costo de venta Anual	5.313.000	7.300.640	9.363.777	11.504.600	13.725.355
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>6.762.000</b>	<b>9.291.723</b>	<b>11.917.534</b>	<b>14.642.218</b>	<b>17.468.634</b>
Gastos Operaciones de Admon	338.100	464.586	595.877	732.111	873.432
Gastos Operacionales de Ventas	540.960	743.338	953.403	1.171.377	1.397.491
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>5.882.940</b>	<b>8.083.799</b>	<b>10.368.255</b>	<b>12.738.730</b>	<b>15.197.711</b>
Impuesto sobre la renta	1.823.711	2.505.978	3.214.159	3.949.006	4.711.291
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>4.059.229</b>	<b>5.577.821</b>	<b>7.154.096</b>	<b>8.789.724</b>	<b>10.486.421</b>

Fuente: Autores, 2021.

**Tabla 46. Datos y provisiones financieras Lavado de Ropa**

Servicio de Lavado de Ropa					
Inflación anual abril 2021 1.95%					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	20.000	20.390	20.788	21.193	21.606
Unidades	345	465	585	705	825
(=) Ingreso Bruto	6.900.000	9.481.350	12.160.749	14.941.039	17.825.137
(-)Costo de Venta Unitario	12.000	12.234	12.473	12.716	12.964
(-)Costo de venta Anual	4.140.000	5.688.810	7.296.449	8.964.623	10.695.082
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>2.760.000</b>	<b>3.792.540</b>	<b>4.864.300</b>	<b>5.976.416</b>	<b>7.130.055</b>
Gastos Operaciones de Admon	138.000	189.627	243.215	298.821	356.503
Gastos Operacionales de Ventas	220.800	303.403	389.144	478.113	570.404
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>2.401.200</b>	<b>3.299.510</b>	<b>4.231.941</b>	<b>5.199.482</b>	<b>6.203.148</b>
Impuesto sobre la renta	744.372	1.022.848	1.311.902	1.611.839	1.922.976
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>1.656.828</b>	<b>2.276.662</b>	<b>2.920.039</b>	<b>3.587.642</b>	<b>4.280.172</b>

Fuente: Autores, 2021.

**Tabla 47. Datos y provisiones financieras servicio de Aseo a Hoteles**

Servicio de Aseo a Hoteles					
Inflación anual abril 2021 1.95%					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	650.000	662.675	675.597	688.771	702.202
Unidades	345	465	585	705	825
(=) Ingreso Bruto	224.250.000	308.143.875	395.224.340	485.583.772	579.316.937
(-)Costo de Venta Unitario	325.000	331.338	337.799	344.386	351.101
(-)Costo de venta Anual	112.125.000	154.071.938	197.612.170	242.791.886	289.658.468
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>112.125.000</b>	<b>154.071.938</b>	<b>197.612.170</b>	<b>242.791.886</b>	<b>289.658.468</b>
Gastos Operaciones de Admon	5.606.250	7.703.597	9.880.609	12.139.594	14.482.923
Gastos Operacionales de Ventas	8.970.000	12.325.755	15.808.974	19.423.351	23.172.677
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>97.548.750</b>	<b>134.042.586</b>	<b>171.922.588</b>	<b>211.228.941</b>	<b>252.002.868</b>
Impuesto sobre la renta	30.240.113	41.553.202	53.296.002	65.480.972	78.120.889
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>67.308.638</b>	<b>92.489.384</b>	<b>118.626.586</b>	<b>145.747.969</b>	<b>173.881.979</b>

Fuente: Autores, 2021.

**Tabla 48. Datos y provisiones financieras Servicio de Limpieza a Empresas**

Servicio de Limpieza de Empresas					
Inflación anual abril 2021 1.95%					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	27.000	27.527	28.063	28.611	29.168
Unidades	345	465	585	705	825
(=) Ingreso Bruto	9.315.000	12.799.823	16.417.011	20.170.403	24.063.934
(-)Costo de Venta Unitario	14.500	14.783	15.071	15.365	15.665
(-)Costo de venta Anual	5.002.500	6.873.979	8.816.543	10.832.253	12.923.224
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>4.312.500</b>	<b>5.925.844</b>	<b>7.600.468</b>	<b>9.338.149</b>	<b>11.140.710</b>
Gastos Operaciones de Admon	215.625	296.292	380.023	466.907	557.036
Gastos Operacionales de Ventas	345.000	474.068	608.037	747.052	891.257
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>3.751.875</b>	<b>5.155.484</b>	<b>6.612.407</b>	<b>8.124.190</b>	<b>9.692.418</b>
Impuesto sobre la renta	1.163.081	1.598.200	2.049.846	2.518.499	3.004.650
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>2.588.794</b>	<b>3.557.284</b>	<b>4.562.561</b>	<b>5.605.691</b>	<b>6.687.768</b>

Fuente: Autores, 2021.

**Tabla 49. Estado de resultado Empresa Limpieza Ya**

<i>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</i>					
<i>LIMPIEZA YA</i>					
Inflación anual abril 2021 1.95%					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	259.440.000	356.498.760	457.244.160	561.783.071	670.225.133
(-)Costo de venta Anual	130.375.500	179.150.108	229.777.351	282.310.934	336.805.954
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>129.064.500</b>	<b>177.348.652</b>	<b>227.466.809</b>	<b>279.472.137</b>	<b>333.419.179</b>
Gastos Operaciones de Admon	6.453.225	8.867.433	11.373.340	13.973.607	16.670.959
Gastos Operacionales de Ventas	10.325.160	14.187.892	18.197.345	22.357.771	26.673.534
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>112.286.115</b>	<b>154.293.327</b>	<b>197.896.124</b>	<b>243.140.759</b>	<b>290.074.685</b>
Impuesto sobre la renta	34.808.696	47.830.931	61.347.798	75.373.635	89.923.152
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>77.477.419</b>	<b>106.462.396</b>	<b>136.548.325</b>	<b>167.767.124</b>	<b>200.151.533</b>

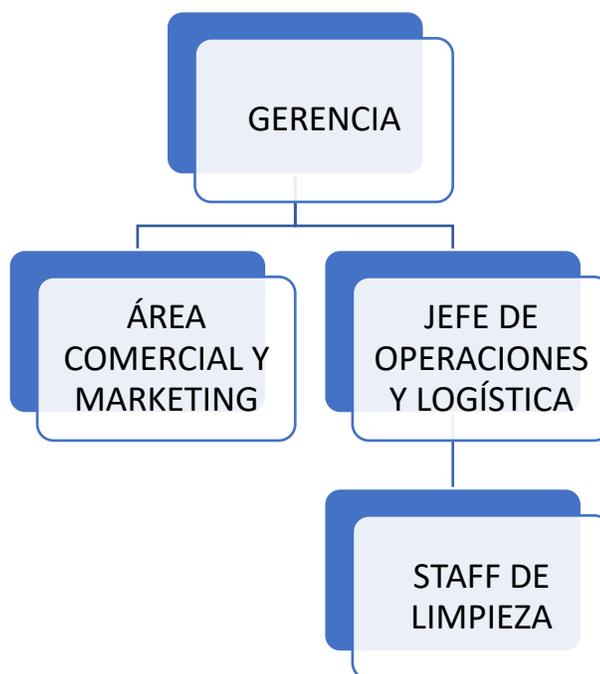
**Fuente: Autores, 2021.**

## **7. ORGANIZACIÓN**

Para el funcionamiento eficaz de una organización, es muy importante que los empleados, estén alineados a los objetivos de la empresa, para Limpieza Ya, es fundamental ser reconocida como una organización responsable con el medio ambiente, segura en cada una de sus operaciones tanto para los clientes como para su personal.

Limpieza Ya, ha desarrollado una estructura en función de sus actividades operativas, contando con el personal altamente calificado, capaz de brindar servicios eficientes, idóneos y siguiendo los lineamientos de bioseguridad para sus empleados y sus clientes.

**Ilustración 29. Organigrama Actual de la Empresa Limpieza Ya**



**Fuente: Autores, 2021.**

Actualmente, en el organigrama de Limpieza Ya, la gerencia es la encargada de dictar los lineamientos y las políticas que se deben ejecutar en la empresa, además en ella reside la toma de decisiones y la contratación del personal, y realiza seguimiento y control a las

áreas comercial y de operaciones. No obstante, se identifica la necesidad de crear una figura que realice las operaciones de Community Manager que trabaje conjuntamente con el área Comercial y de marketing para la implementación de las estrategias de marketing digital que contribuirá al logro de los objetivos de la empresa.

**Tabla 50. Manual de funciones empleados Empresa Limpieza Ya**

CARGO	FUNCIONES	SALARIO
<b>GERENTE</b>	<p>Es la persona encargada de dictar los lineamientos y las políticas que se deben ejecutar en la empresa.</p> <p>Promover el crecimiento bajo un control adecuado del gasto, de modo que se obtengan los mejores resultados económicos y financieros.</p> <p>Establecer en conjunto con el área comercial y el área de operaciones las actividades operativas y la asignación de presupuesto para el cumplimiento de las metas de la organización.</p> <p>Proceso de contratación del personal, capacitación y seguimiento constante.</p>	\$2.200.000
<b>JEFE COMERCIAL Y DE MARKETING</b>	<p>Es la persona encargada de establecer las estrategias comerciales, alianzas comerciales y planes de marketing de la empresa.</p> <p>Planificar, coordinar, dirigir y controlar las actividades de promoción y captación de clientes.</p> <p>Establecer y verificar las tarifas de los distintos servicios ofrecidos en el portafolio de la empresa.</p> <p>Preparar el Presupuesto Anual de Ventas, ejecutarlo y cumplirlo.</p>	\$1.950.000

	<p>Cumplir con los objetivos y metas establecidos e informar sobre los resultados a la gerencia.</p> <p>Velar por la mejor atención a los clientes y buscar solución de los reclamos y solicitudes de los clientes.</p> <p>Hacer seguimiento constante de los clientes, diferenciando los clientes de hogar y los clientes de empresas, para prestar un servicio individual conforme a las necesidades particulares de los clientes.</p> <p>Liderar la fuerza de venta de los servicios de la empresa.</p> <p>Realizar visitas periódicas a los clientes actuales, además de captar nuevos clientes.</p>	
<p><b>JEFE DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA</b></p>	<p>Planificar, coordinar, dirigir y controlar las actividades relacionadas a la inspección y almacenamiento y compra de los insumos a utilizar en el servicio de limpieza.</p> <p>Proponer mejoras conjuntamente con el equipo de operaciones, orientadas a cumplir con el objetivo establecido</p> <p>Coordinar y programar el personal para realizar los servicios.</p> <p>Supervisar que se brinde un servicio adecuado a los clientes, en cuanto al personal y aplicación de los productos ecológicos en las zonas correspondiente, la limpieza y buen mantenimiento de la mueblería, estantería, adornos, luminarias, cortinas, artefactos, equipos, entre otros.</p>	<p>\$1.950.000</p>

<b>STAFF DE LIMPIEZA</b>	<p>Limpiar las áreas internas de los edificios, residencias, oficinas y demás establecimientos utilizando herramientas, tales como escobas, trapeadores, productos de limpieza y aspiradoras.</p> <p>Utilizar los productos autorizados por la empresa. Portar la vestimenta de protección, tales como guantes, lentes y trajes de seguridad al manejar químicos para la limpieza.</p> <p>Llevar un inventario y solicitar los materiales que necesiten ser reabastecidos al jefe de operaciones y logística.</p> <p>Entregar un informe detallado a la empresa del servicio prestado.</p>	\$925.000
<b>COMMUNITY MANAGER</b>	<p>Administrar y manejar las cuentas y redes sociales de la empresa.</p> <p>Analizar el comportamiento y la reacción del contenido digital para las redes sociales.</p> <p>Diseñar con el área comercial y de marketing las estrategias de posicionamiento e incremento de ventas.</p> <p>Es la persona encargada del Chatbot, email marketing, campañas SEO y SEM.</p> <p>Dirigir tráfico web de la empresa y promocionar nuevos servicios.</p> <p>Realizar informes y proyecciones de ventas por medio de las estrategias diseñadas.</p>	\$1.300.000

Fuente: Autores, 2021

**Ilustración 30. Nuevo Organigrama de la Empresa Limpieza Ya**



Fuente: Autores, 2021.

## 8. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

A continuación, se muestra el plan de implementación en Diagrama de Gantt con las actividades que se van a realizar, los responsables de cada actividad, el inicio y el fin.

**TABLA 51. Cronograma de actividades**

ACTIVIDAD	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Responsable	resultado esperado	enero semana 1	enero semana 2	enero semana 3	enero semana 4	febrero semana 1	febrero semana 2	febrero semana 3	febrero semana 4	marzo semana 1	marzo semana 2	marzo semana 3	marzo semana 4	abril semana 1	abril semana 2	abril semana 3	abril semana 4	mayo semana 1	mayo semana 2	mayo semana 3	mayo semana 4	junio semana 1
<b>CREACIÓN DE LA EMPRESA</b>	01.01.2020	19.01.2020	gerencia	Misión y visión	■																				
Diseño de los servicios	01.01.2021	01.06.2021	gerencia y operaciones	Portafolio de servicios		■	■	■																	
Análisis de la situación interna	01.01.2021	01.06.2021	est diplomado	análisis DOFA					■	■															
Análisis del mercado	01.01.2021	01.06.2021	est diplomado	ANálisis Competencia					■	■	■														
<b>SISTEMA DE INFORMACIÓN</b>	01.01.2021	01.06.2021	est diplomado	Recolección de datos																					
Elaboración de informe encuesta	01.01.2021	01.06.2021	est diplomado	procesar datos									■	■	■	■									
<b>PLAN DE MARKETING</b>	01.01.2021	01.06.2021	est diplomado	Definir estrategias																					
presentación de plan de marketing	01.01.2021	01.06.2021	est diplomado	Actividades de Marketing																					
Ajustes del plan de marketing	01.01.2021	01.06.2021	comercial y cm	presupuesto y cronograma																					
<b>CREACIÓN PLAN DE MEDIOS</b>	01.01.2021	01.06.2021	comercial y cm	presupuesto y cronograma																					
<b>CREACIÓN DE PLAN DE RRPP</b>	01.01.2021	01.06.2021	comercial y cm	presupuesto, actividades																					
<b>IMPLEMENTACIÓN PLAN DE MARKETING</b>	01.01.2021	01.06.2021	comercial y cm	Ejecución de actividades																					
<b>IMPLEMENTACIÓN PLAN DE MEDIOS</b>	01.01.2021	01.06.2021	comercial y cm	Ejecución de actividades																					
<b>IMPLEMENTACIÓN DE PLAN DE RRPP</b>	01.01.2021	01.06.2021	comercial y cm	Ejecución de actividades																					

Fuente: Diagrama de Gantt adaptado por Autores, 2021.

## 9. EVALUACIÓN Y CONTROL

**Tabla 52. Mapa Estratégico Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard Limpieza Ya**

PERSPECTIVA	ESTRATEGIA	INDICADOR	TIPO DE CONTROL	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	TIEMPO
<b>FINANCIERA</b>	Incremento de venta de servicios	% de Ventas mensuales % de ingresos nuevos por servicios	Control Concurrente	Incrementar las ventas y los ingresos de los servicios del Portafolio de Limpieza Ya.	Área comercial y marketing	Mensual
	Inversión en herramientas de marketing, Plan de medios y en RRPP	% de Presupuesto para RRPP % de Presupuesto para Plan de Medios % Presupuesto para herramientas de Marketing	Control Concurrente	Incrementar el posicionamiento en el mercado. Establecer alianzas comerciales con Proveedores de productos de aseo y limpieza.	Área comercial y marketing Community Manager Gerencia Área de Operaciones y Logística	Mensual
	Garantizar sostenibilidad del negocio	% incremento del Capital	Control Retroalimentación	Utilidad sobrante para la reinversión en estrategias de Marketing. Establecer el margen de ganancias a través de las	Área comercial y marketing Community Manager Gerencia	Mensual

				herramientas de marketing. Controlar los costos de marketing.		
	Optimizar Gastos	Margen de rentabilidad	Control Concurrente	Programa de cartera mensual, seguimiento a los indicadores de rentabilidad.	Área de Operaciones y Logística	Mensual
<b>CLIENTES</b>	Satisfacer las necesidades de los clientes actuales	% incremento de servicios solicitados por los clientes actuales	Control Concurrente	Establecer un reporte de compras y base de datos de clientes habituales	Área comercial y marketing. Community Manager	Mensual
	Seguimiento a los clientes	% de retención de los clientes	Control Concurrente	Identificar la percepción que tienen los clientes de los productos. Manejar y procesar quejas y recomendaciones	Área comercial y marketing. Community Manager	Mensual
	Recordación y posicionamiento en los clientes	# de llamadas, correos y mensajes recibidos	Control Concurrente	Implementación las herramientas de marketing digital: email marketing, telemarketing y chatbot	Área comercial y marketing Community Manager	Mensual
	Consumo de marketing digital	# visitas a las redes sociales # de keywords posicionadas en el buscador	Control Concurrente	Conocer el número de usuarios que acceden al sitio web, redes sociales. Conocer el posicionamiento de las Keywords en los	Área comercial y marketing Community Manager	Mensual

		<p>% de rebote</p> <p># de seguidores en facebook e Instagram</p> <p># de likes</p> <p>Tasa de conversión.</p>		<p>principales buscadores (Google, Bing y Yahoo)</p> <p>Medir la probabilidad de que un cliente potencial se convierta en un comprador.</p> <p>Corresponde al número de personas que están expuestas al contenido regular de la marca.</p> <p>Permite medir el impacto de las publicaciones en redes sociales.</p> <p>Evaluar cuantas transacciones se han llevado a cabo. Por ejemplo: compras, suscripciones, lecturas o envío de datos.</p>		
<b>PROCESOS INTERNOS</b>	Asegurar la calidad del Servicio	% Evaluaciones de calidad	Control Concurrente	<p>Contar con servicios de calidad.</p> <p>diagnósticos de los servicios prestados</p>	Área de Operaciones y Logística	Mensual
	Mejorar Capacidad de Respuesta	Tiempo requerido para atender o programar un servicio	Control Concurrente	<p>Establecer las herramientas para brindar un mejor servicio.</p>	Área de Operaciones y Logística	Mensual

	Desarrollo de nuevos servicios	# de servicios desarrollados	Control Retroalimentación.	Creación de un equipo de mejora y estandarización de los servicios	Área de Operaciones y Logística	Mensual
<b>RRHH: Aprendizaje y Crecimiento</b>	Invertir en capacitaciones de Bioseguridad y servicio al cliente	Promedio de horas de capacitaciones por trabajador	Control Preventivo	Invertir en capacitaciones para conocer las necesidades del mercado.  Capacitar constantemente a los empleados en estrategias de servicio al cliente.	Área de Operaciones y Logística  Gerencia	Cada tres meses
	Facilitar la gestión del capital humano	% de cumplimiento de los trabajadores	Control Concurrente	Facilitar el cumplimiento de las actividades propuestas a trabajadores.	Área de Operaciones y Logística  Gerencia	Cada tres meses
	Motivación Laboral	Satisfacción Laboral	Control Retroalimentación	Mejorar el clima organizacional	Área de Operaciones y Logística  Gerencia	Cada tres meses

**Fuente: Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard adaptado por Autores 2021.**

## 10. VIDEO PITCH

Ilustración 31. Video Pitch Empresa Limpieza Ya



Fuente: Autores, 2021.

## 11. PROTOTIPOS

**Ilustración 32. Prototipo de servicios: Aseo sencillo, Aseo completo y Lavado de Ropa**

**LIMPIEZA YA**  
¡Lo hacemos por ti!

### CONTRATA NUESTROS SERVICIOS

#### ASEO SENCILLO

\$20.000 🏠

Incluye limpieza de terraza, 2 cuartos, dos baños, sala, cocina, incluye desinfectante y aromatizante, organización de sesiones, tender cama, aseo de patio sencillo (espacio adicional tiene un incremento).

#### ASEO COMPLETO

\$35.000 🏠

Incluye limpieza de terraza, 2 cuartos, dos baños, sala, cocina, y patio incluye desinfectante y aromatizante, organización de sesiones, tender cama, limpieza profunda del hogar (espacio adicional tiene un incremento).

#### LAVADO DE ROPA

\$20.000 🏠

Lavado de ropa aproximadamente 30kg, incluye el uso de detergente y aromatizante específico. (peso adicional tiene un incremento al igual que ropa de lavado a mano.)

Contáctanos  
 323 307 3447  
 limpiezayaservicios@gmail.com

**El Banco Magdalena**

**Fuente: Página oficial de Facebook Limpieza Ya.**

Ilustración 33. Prototipo de servicios Aseo a Hoteles y Limpieza para Empresas

**LIMPIEZA YA!**  
¡Lo hacemos por tí!

## CONTRATA NUESTROS SERVICIOS

**HOTEL**

**ASEO A HOTELES** (Servicio por 30 días)

**\$650.000**

Servicio de lavado de sábanas, organización de sesiones, aseo a cuartos, aseo de baños y pasadizo.

**LIMPIEZA PARA EMPRESAS\***

El valor depende del tamaño de la empresa (\$500) según el área, incluye desinfectantes y aromatizantes, precio por 54mt. básico 27mil pesos.

### Horario de atención

**Lunes a Viernes:** 8 a.m. a 12 m. - 2 p.m. a 6 p.m.  
**Sábados:** 8 a 12 m.

**El Banco Magdalena**

Fuente: Página oficial de Facebook Limpieza Ya.

**Ilustración 34. Prototipo de servicio Lavado de Ropa**



**CUIDAMOS TU ROPA COMO SI FUERA NUESTRA**

# **LIMPIEZA YA**

**Lo hacemos por ti!**

**Recogemos y entregamos tu ropa a domicilio y sin ningún costo adicional**

**Comunicate al ☐ 3233073447**

**Atendemos Todos los días de la semana  
De 8:am a 6:00pn  
El Banco Magdalena**

**Fuente: Página oficial de Facebook Limpieza Ya.**

## 12. RECOMENDACIONES

Actualmente, las personas están recurriendo a adquirir productos y servicios a través de canales como las redes sociales, páginas web y a través de anuncios de personas como los influencers. Por ello, se plantean las siguientes recomendaciones a la empresa Limpieza Ya, para garantizar el éxito en sus operaciones:

1. Implementar las estrategias planteadas en el plan de marketing enfocado en el posicionamiento de la empresa Limpieza Ya, como la principal prestadora de los servicios de aseo y limpieza en el municipio de El Banco, Magdalena.

2. Mantener un contacto directo y constante con los clientes a través de la estrategia de telemarketing y el chatbot, lo que permitirá monitorear la percepción de los clientes, fomentar la contratación de los servicios, además de establecer un servicio postventa para ser conscientes de la percepción de los clientes. Además, de la estrategia de email marketing para dar a conocer el portafolio de servicios de la empresa, conectar al cliente con la empresa permitirá traer nuevos clientes, que los clientes compartan sus experiencias y posicionarse en el mercado.

3. Establecer campañas promocionales y demostraciones de los servicios de Limpieza Ya, a través de plataformas como Facebook e Instagram, para fomentar una mayor conexión entre la empresa y los clientes. El seguimiento de las publicaciones y la interacción de las redes sociales con los clientes, atraerá mayor aceptación en la población que requiera los servicios de la empresa.

4. Es fundamental para esta empresa hacer un despliegue de medios y de recursos, no solamente para establecerse en El Banco, Magdalena, al contrario, esto puede influenciar para expandir sus operaciones a municipios y zonas aledañas

aumentando la participación en el mercado actual, para obtener una ventaja competitiva a nivel de precios y de estrategias, ya que las oportunidades son crecientes para Limpieza Ya.

### 13. CONCLUSIONES

Debido a la situación actual de la pandemia del Covid 19, las personas y las organizaciones son más conscientes de la necesidad de contar con espacios, limpios y seguros, lo que permite a empresas jóvenes como Limpieza Ya incursionar en el mercado de Aseo y Limpieza en la región, como un modelo de negocios enfocado en cubrir estas necesidades, estableciendo una estrategia de precios sensible a la capacidad de los clientes objetivos, siendo a la vez una empresa que se posicionará en la mente de los clientes como la primera opción para la prestación de estos servicios, contando con un portafolio que se ajusta tanto a las necesidades de hogares como a las necesidades de las empresas que opten por tercerizar esta actividad.

La identificación del perfil de los consumidores de los servicios de Limpieza Ya, evidencia la necesidad de la utilización de insumos y productos de aseo eco amigables, además de la prestación y atención constante, ya que son personas que no cuentan con el tiempo para realizar el aseo en sus hogares y requieren de personal profesional e idóneo que provea este servicio de manera competente, organizada y confiable, siguiendo protocolos de limpieza y bioseguridad constantes.

En el caso de la misma, que opera en el municipio de El Banco, Magdalena, se hizo necesario, realizar un análisis interno y externo que podría afectar las operaciones de Limpieza Ya. Al reconocer sus capacidades, debilidades, oportunidades y amenazas que pueden influir en sus actividades, permitió establecer un plan de marketing que va a contribuir a posicionarse en El Banco, Magdalena para la prestación del servicio de aseo y limpieza a hogares y empresas de carácter público y privado.

Además, este plan de Marketing permitirá establecer objetivos para la empresa a corto, mediano y largo plazo, ya que constituye un mayor aprovechamiento de las herramientas de marketing tradicional y digital, de los recursos humanos de la empresa, la organización de las operaciones y el establecimiento de metas financieras conscientes de la realidad de la empresa y las oportunidades para obtener mayores resultados.

#### 14. REFERENCIAS

- Alcaldía Municipal, El Banco Magdalena. Tomado de <http://www.elbanco-magdalena.gov.co/municipio/geografia>.
- Albrecht, K. (1987). La gerencia del servicio. Dow Jones Irwin inc
- Banco Mundial. (2021). El Banco Mundial en Colombia. Marzo, 24 de 2021. Tomado de <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>.
- Carlzon, J. (1991). El momento de la verdad. Ediciones Díaz de Santos.
- CEPAL. (2021). Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe 2020. Febrero, 2021. Tomado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46501/133/BP2020\\_Colombia\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46501/133/BP2020_Colombia_es.pdf).
- COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES. (2008) Decisión 706 Armonización de legislaciones en materia de productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal.
- Decreto 1545 de 1998.
- Ficha País Colombia. Tomado de [http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/colombia\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/colombia_ficha%20pais.pdf)
- Kerin, R., Hartley, S., & Rudelius, W. (2014). Marketing en el otro lado de marketing. México: McGraw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. Decimoprimer edición. Pearson Educación, México, 2013.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). Fundamentos de marketing. Pearson Prentice Hall.

- PROCOLOMBIA (2020). El crecimiento del sector de aseo y cosméticos en Colombia continua. Mayo, 5 de 2020.
- Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. Pacto por Colombia, pacto por la equidad.
- Portafolio (2018). El impacto de la tecnología en el desarrollo de la economía naranja. Tomado de <https://www.portafolio.co/negocios/el-impacto-de-la-tecnologia-en-el-desarrollo-de-la-economia-naranja-524481>.
- Revista Semana (2017). Las tecnologías que están transformando a Colombia. Tomado de <https://www.semana.com/hablan-las-marcas/articulo/las-tecnologias-que-estan-transformando-a-colombia/542444/>
- Vallejo, J. (2014). Asentamientos adaptables en entornos inundables: El Banco, Magdalena.

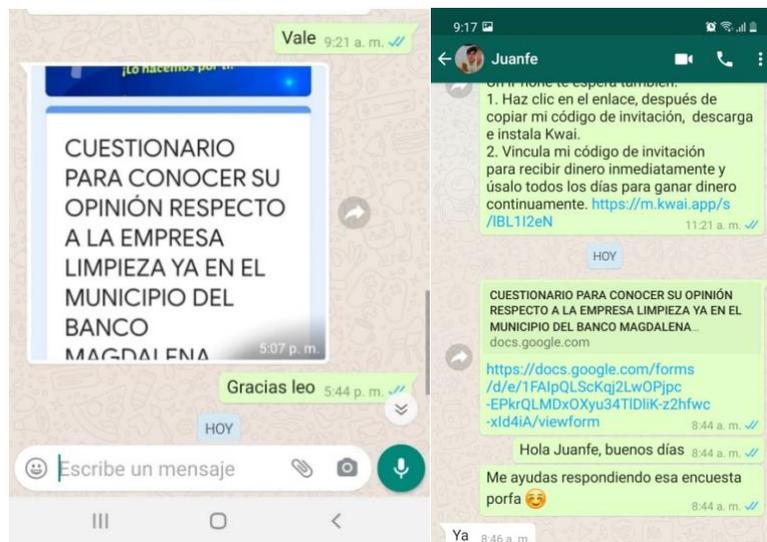
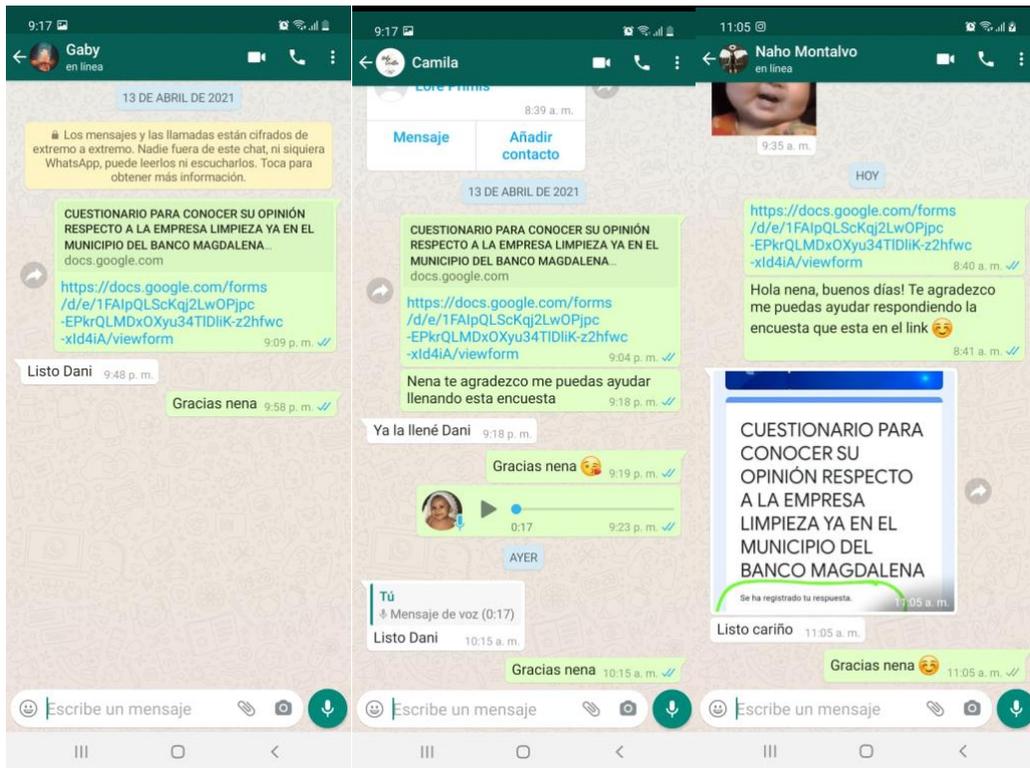
## 15. ANEXOS

### Anexo 1. Preguntas encuesta



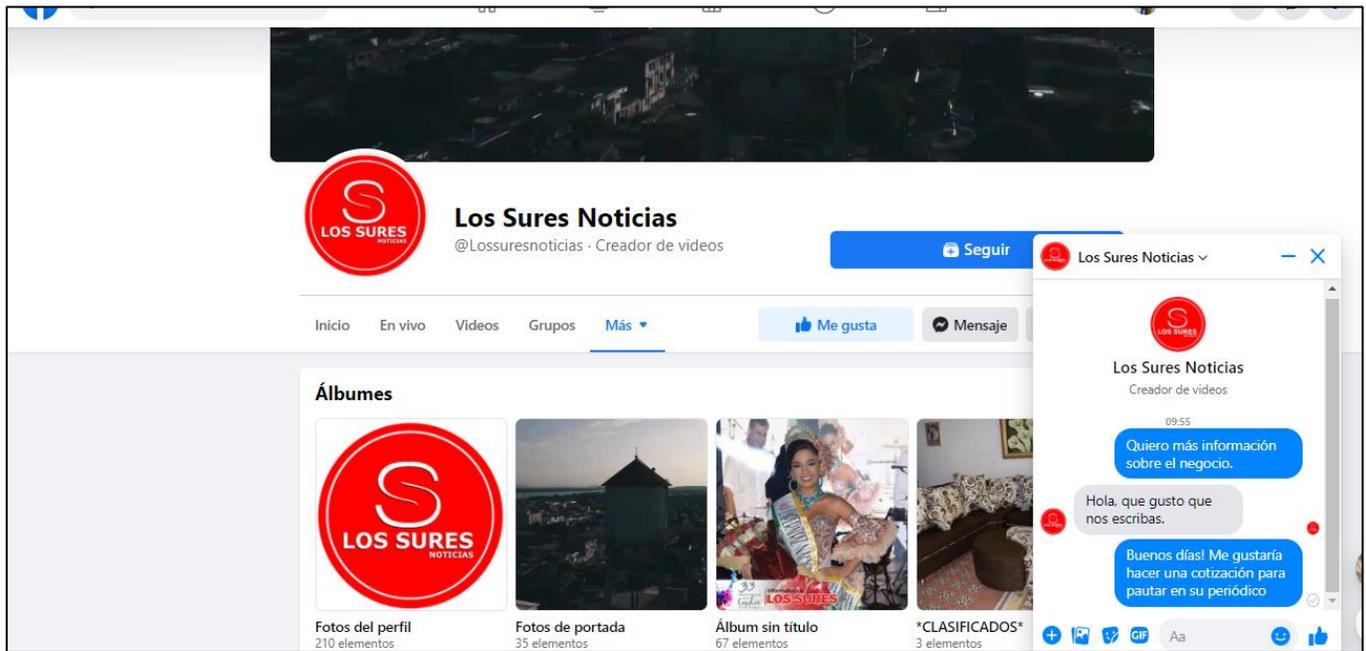
**Fuente:** Encuesta realizada a clientes a través de Google Forms2021

## Anexo 2. Solicitud de realización de encuestas



Fuente: Autores, 2021

### Anexo 3. Solicitud de Cotización Los Sures Noticias



Fuente: Autores, 2021