



VIGILADA MINEDUCACIÓN

**Asignatura:**

Creación de Empresas II

**BICYCLE WASH**

**SEGUNDO AVANCE**

**Presenta:**

María Fernanda Sabogal

Rocio Cruz

Jorge Luis Garzón

Grupo: 94439 50101 2020B

Administración de Empresas

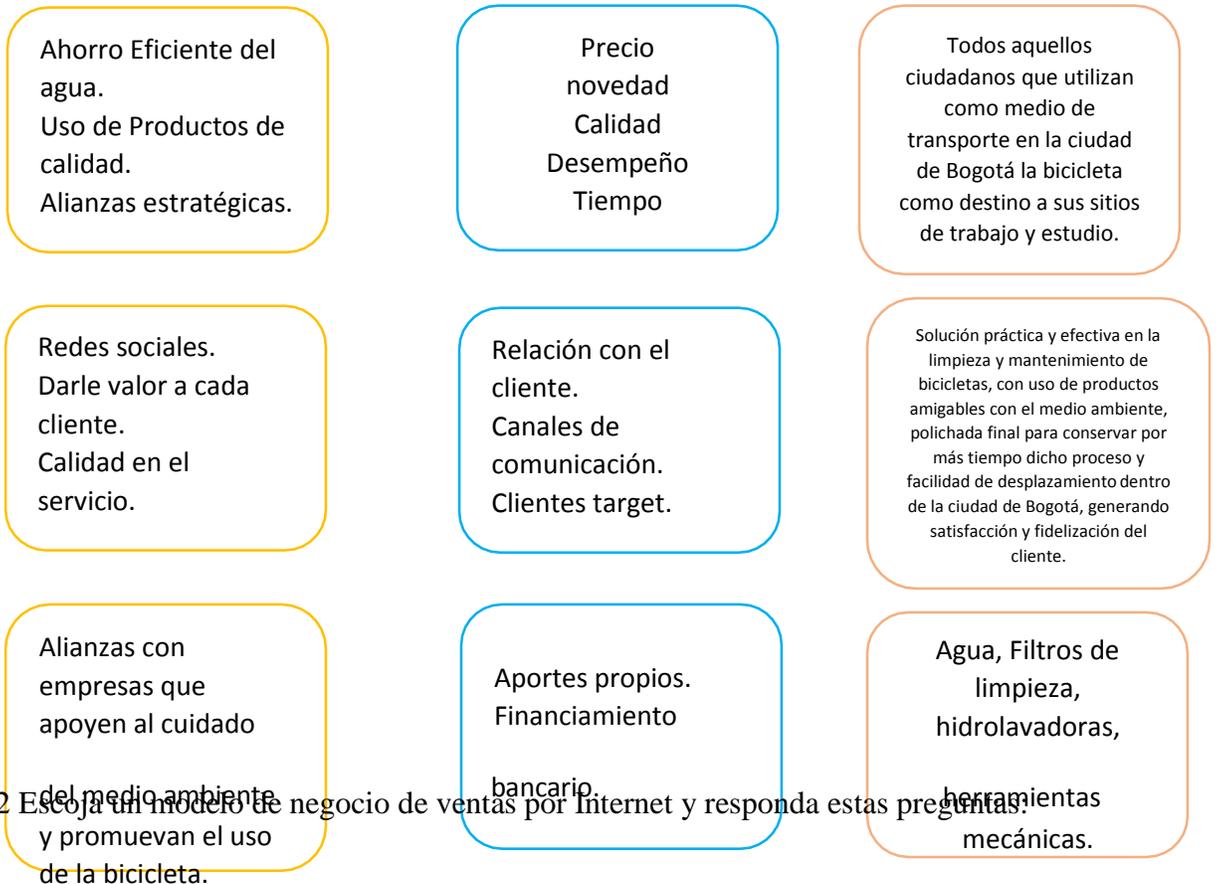
Bogotá, Colombia

Octubre 2020

## 1. Descripción de la idea de negocio.

¿Cuál es el producto o servicio?	Lavado y Mantenimiento puerta a puerta de Bicicletas que se define como aquel que busca mejorar la calidad de vida ya que su único medio de transporte factible es la bicicleta, con esto promovemos y protegemos la salud y bienestar de las personas y el medio ambiente.
¿Quién es el cliente Potencial?	Personas que su medio de transporte principal es la bicicleta.
¿Cuál es la necesidad?	Mantener en buen estado mecánico y estético el medio de transporte de nuestros clientes.
¿Cómo?	Realizando el lavado y mantenimiento a domicilio.
¿Por qué lo preferirán?	Ahorraremos tiempo a nuestros clientes y por la calidad en el servicio.

## 2. Modelo de negocio.



## 2.2 Escija un modelo de negocio de ventas por Internet y responda estas preguntas.

Modelo punto a punto o B2B.

¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

R/ Nos uniríamos con una empresa B2B para promocionar por medio de esta nuestros servicios y así llegar a más clientes.

¿Cómo y qué alternativas ofrecerán a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

R/Por medio de una alianza con una empresa B2B la cual nos permite tener un mercado más amplio.

¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

R/ La venta se cierra por medio de la plataforma de la empresa B2B aliada, las cuales en la actualidad se pueden contratar servicio y pagar con tarjeta debito, crédito o efectivo al momento de recibir el servicio.

## **INNOVACION SOSTENIBLE**

### **PRODUCTO O SERVICIO**

#### **¿El producto tiene un Ecodiseño?**

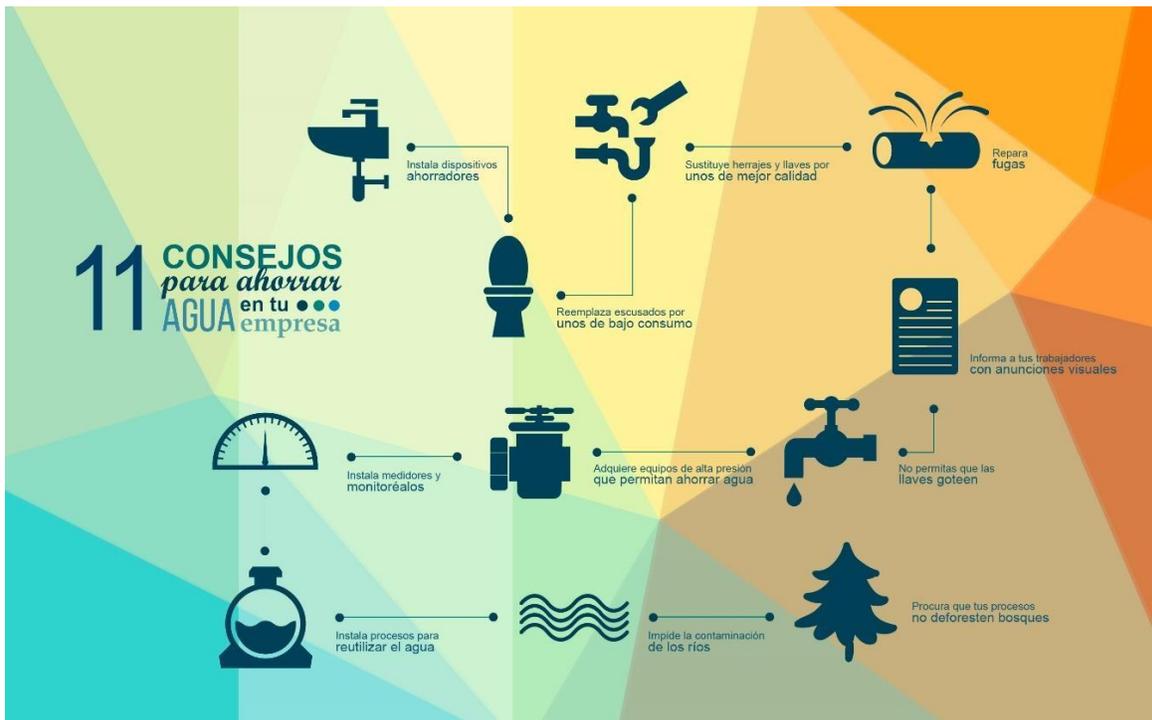
Biciclewash al ser una empresa con servicio de limpieza de bicicletas y el Ecodiseño al ser una versión ampliada y mejorada de las técnicas para el desarrollo de productos, a través de la cual la empresa aprende a desarrollarlos de una forma más estructurada y racional. El **ecodiseño** se aplica a nuestro producto conduciendo hacia una producción sostenible y un consumo más racional de recursos.

#### **¿Usa eficientemente el agua? ¿Como?**

Aplicando dicho consumo racional de recursos Biciclewash hace un pacto con el medio ambiente y con el recurso del agua para eso implementamos las siguientes instrucciones prácticas que utilizamos en la empresa para ahorrar agua, además, estas prácticas también ayudan a reducir gastos excesivos y a no malgastar el dinero.

1. Instalación de dispositivos ahorradores y muebles de bajo consumo en todos los servicios (sanitarios, lavabos, regaderas, etc.)
2. Reemplazar tus escusados convencionales que usan 16 litros por descarga, por otros que sean de bajo consumo, que usan solamente 6 litros.

3. Sustituir llaves y herrajes por otros de mejor calidad.
4. Vigilar con frecuencia el estado de los flotadores, válvulas de admisión y sellado, y herrajes, para asegurarte de que no haya ningún derrame o fuga, y en caso de que lo haya, se pueda reparar inmediatamente.
5. Informamos a los trabajadores mediante anuncios visuales consejos sobre el cuidado del agua, como por ejemplo que el escusado no debe usarse como basurero.
6. Reemplazamos los empaques cada vez que sea necesario, no permitimos que el agua gotee de las llaves, cerrarlas bien.
7. Adquirimos equipos de alta presión de agua que permitan una limpieza efectiva y ahorro de líquido.
8. Instalamos medidores de consumo de agua y monitoreamos, así nos damos cuenta si han rebasado las cantidades de uso normal y podrás detectar más fácilmente las causas de su desperdicio.
9. Instalamos sistemas para reutilizar el agua en todos tus procesos (riego de jardines, sanitarios, enfriamiento, etc.)
10. Impedimos la contaminación de ríos o cuerpos superficiales evitando almacenar sustancias tóxicas que puedan ser lavadas o infiltradas por la lluvia.
11. Procuramos que los procesos industriales no conlleven a una deforestación de bosques, esto evitará que el terreno se erosione y se preserve la recarga de agua al subsuelo.



## ¿Reduce el consumo de energía? ¿Como? ¿Que equipos utiliza?

Desde hace muchos años el consumo eléctrico se ha incrementado desmedidamente. La modernidad junto a la tecnología, nuevos electrodomésticos y la falta de conciencia a la hora de consumir la energía eléctrica no han hecho más que complicar la situación. Al mismo tiempo, una cultura que fomenta el consumismo extremo también profundiza esta problemática

La energía eléctrica ha revolucionado la vida del hombre y se ha convertido en un servicio vital, pero debemos utilizarla responsablemente. Debemos **ahorrar** en la mayor medida posible, para que las futuras generaciones también puedan disfrutar de los recursos y disminuyan las emisiones contaminantes relacionadas con su uso.

Ahorrando energía en nuestras empresas contribuimos a disminuir los gases de efecto invernadero y las consecuencias del cambio climático.

Estos son los mecanismos que utilizamos para realizar ahorro de energía

1. Utilizando focos de bajo consumo: ahorran hasta un 75% de energía.
2. Apagar la luz de los ambientes que no se esten utilizando.
3. Usar la luz natural el mayor tiempo posible
4. Graduar el termostato a 20 °C como máximo en calefacción y equipos de aire acondicionado ya que grado suplementario representa un 7% más de consumo energético.
5. Emplear las maquinas delavado con carga completa, se ahorra agua y electricidad.
6. Descongelar el frigorífico: la escarcha crea un aislamiento que puede acarrear un 20% extra de consumo eléctrico.
7. Apagar la computadora si no se está utilizando: un aparato en posición de espera puede representar hasta un 70% de su consumo diario.
8. Desconectar todos los aparatos eléctricos que no estés utilizando.
9. De ser posible, usa energías alternativas para la producción de electricidad, como celdas fotovoltaicas para utilizar la energía solar o generadores eólicos.
10. No uses planchas y cafeteras en exceso.
11. Sustituye las estufas eléctricas por estufas de gas.

12. Limpia periódicamente los focos y lámparas, el polvo bloquea la luz.
13. Pinta los techos y paredes de tus cuartos con colores claros, para tener mejor iluminación
14. Sustituye los aparatos viejos por nuevos, ya que consumen menos energía.
15. Cambia los filtros sucios y limpia los depósitos de polvo y basura de la aspiradora, esto hace que trabaje con mayor eficiencia. Una aspiradora consume 1.200 watts por hora.
16. Cierra bien la puerta del refrigerador para que no utilice energía de más, y cuando saques o guardes alimentos procura que no estén calientes y hazlo rápido.

### **Reduce los insumos ¿cómo? ¿Utiliza químicos? ¿Cuales? que empaque y embalaje utiliza?**

Alguno de los insumos que utilizamos son los siguientes y se economizan y reducimos su gasto fraccionando los productos por servicio solicitado.

1. Shampoo
2. Limpiador de Rines.
3. Cera **para** brillar
4. Hidrolavadora.
5. Esponja de microfibra.
6. Aromatizante.
7. Cepillo de limpieza.

### **¿Ha medido su huella de carbono? ¿Cuál es el resultado?**

El mercado está empezando a exigir este tipo de información y se puede observar un crecimiento notable en su demanda

**El cálculo de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)** es un *mecanismo de trazabilidad aplicable desde la extracción de la materia prima hasta el producto final, incluyendo las etapas intermedias de producción y distribución, lo que permite obtener una visión integral del conjunto del proceso.* Esto nos permite analizar los puntos susceptibles de

reducción de emisiones de carbono, y sirve de soporte para la **toma de decisiones ecoeficiente**

Se elabora un informe con los resultados, en el cual se incluye un plan de acción con las medidas identificadas de reducción de GEI, las cuales se relacionan principalmente con la eficiencia energética.

- Incorpora el factor de impacto de emisiones como criterio de selección de proveedores, materiales y diseño sostenible.
- Al tener una perspectiva de ciclo de vida, la huella de carbono es el mejor indicador del grado de ecoeficiencia de la empresa, lo que le permite optimizar su gestión.
- Ayuda a cumplir la actual legislación ambiental y sitúa a la empresa a la cabeza de la incorporación de nuevos textos legales.
- Identifica posibilidades de ahorro de costes.
- Mejora la comunicación ya que posibilita a otras organizaciones completar sus huellas de carbono y demuestra ante terceros el compromiso con la sostenibilidad.
- Satisface las demandas de los consumidores eco inteligentes ofreciendo una información fiable.
- Supone un cambio de enfoque dentro de las organizaciones y es un mecanismo de promoción interna y externa de la sostenibilidad en la empresa.
- Pronto será un elemento diferenciador en el mercado frente a la competencia aportando valor añadido a productos y servicios.



### ¿Que residuos recicla?

En los lavados de bicicletas se suelen utilizar **detergentes y ceras hidrosolubles o grasas** para realizar la **función del lavado**, a lo que hay que unir la **suciedad** que lleve el mismo **vehículo** como **barro, arena o residuos orgánicos** como insectos.

Este tipo de **aguas** suelen tener una carga importante de **hidrocarburos y sólidos en suspensión**, los cuales pueden provocar problemas en diversos **procesos de depuración biológica urbana** y en los **desagües del alcantarillado**, por lo cual se recomienda que el **tratamiento** de estas aguas se realice en el mismo **lavadero**.

## MARKETING

### ¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca el medio ambiente?

Biclewash Actualmente estamos realizando un proyecto para empezar a implementar y desarrollar una campaña que ayude el medio ambiente y ayude a minimizar los riesgos de contaminación empezando porque nuestro servicio esta enfocado a el lavado de bicicletas y

de por si podemos usar ese mercado para incentivar el uso de la bicicleta y asi disminuir la contaminación.



**Que medios de transporte utiliza?**

- Bicicletas
- Automóvil

**Que materiales utiliza para las actividades de Marketing**

Actualmente utilizamos publicidad digital, aprovechando las ventajas que se tiene con todo el mercado virtual que se esta manejando, sin embargo, hay clientes que aun solicitan información en físico asi que contamos con tarjetas de visita con imán que se pega a la bicicleta y flyers informativos.

## ESTRATEGIS DEL OCEANO AZUL

### 1. Definir quién es nuestra competencia

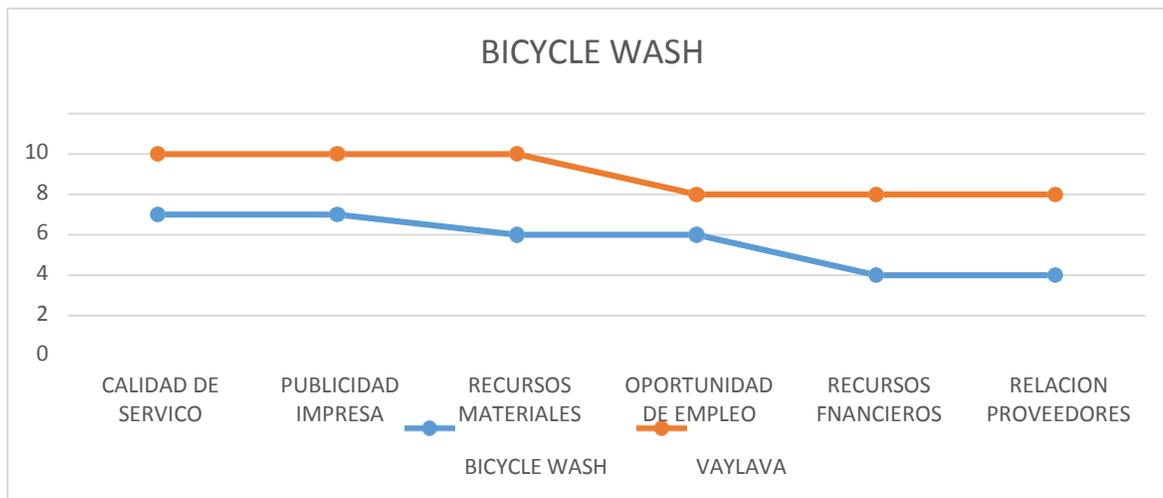
Vaylava: es nuestra única competencia en lavado de bicicletas a domicilio, es un proyecto de emprendimiento familiar, que al igual que Bicycle wash ofrece un servicio de lavado de bicicletas a domicilio.

#### Matriz ERIC

<b>ELIMINAR</b> Publicidad Impresa	<b>INCREMENTAR</b> Recursos financieros Relación Proveedores
<b>REDUCIR</b> Oportunidad de Empleo	<b>CREAR</b> Convenios con entidades financieras

#### LAS CINCO FUERZA DE PORTER

VARIABLE	CALIDAD DE SERVICIO	PUBLICIDAD IMPRESA	RECURSOS MATERIALES	OPORTUNIDAD DE EMPLEO	RECURSOS FNANCIEROS	RELACION PROVEEDORES
BICYCLE WASH	5	5	4	4	2	2
VAYLAVA	5	3	4	2	4	4



**Poder de Negociación de los Clientes:** Teniendo en cuenta que los consumidores cada día son mas exigentes y a que nuestra competencia ofrece servicios similares al nuestro Bicycle Wash implementara opciones para lograr que nuestros posibles clientes potenciales se queden con nuestro servicio, y no tengan la curiosidad o necesidad de probar el servicio de nuestra competencia para esto se tomaran las siguientes medidas:

**Mejorar los canales de venta:** Se darán a conocer los servicios que ofrecemos mediante una aplicación digital, en la que la bici usuarios puedan observar los productos y promociones que se manejarán, además de las tarifas correspondientes a dicho proceso; aprovechando el recurso de las redes sociales para ampliar la visión de nuestro público objetivo y acaparar mucho más el mercado.

Incrementar la calidad del producto y/o servicio o reducir su precio: Brindar un producto con calidad en la mano de obra, llegando a tiempo al sitio de donde se pidió el servicio, utilizando los mejores productos, los cuales serán biodegradables queriendo aportar al medio ambiente, y ofreciendo un valor accequible tanto para el usuario como para Bicycle Wash

**Proporcionar un nuevo valor añadido:** El servicio será personalizado, profesional y estará diseñado para fidelizar al cliente, ya que adicional al proceso de limpieza, dentro de la misma tarifa cancelada por el usuario, se hará un proceso de **polichado** a la bicicleta, permitiendo que perdure el aseo realizado. Todo esto teniendo en cuenta que este servicio no se realiza a

**Poder de Negociación con los Proveedores:** Bicycle Wash se destacará por tener un amplio portafolio de proveedores con las siguientes características.

**Criterios de rendimiento:** Insumos que permitan un plus en cuanto a las prestaciones que se pretenden obtener al momento de su uso.

**Criterios económicos:** Que se ajusten al presupuesto que se establezca para la compra de insumos.

**Criterios de adaptación:** Que se adapten a las necesidades de la empresa, tales como lo son calidad, durabilidad y confianza.

**Criterios legales:** Que estén legalmente constituidos y con la documentación en regla.

## 1. Amenaza de nuevos competidores entrantes

Para combatir esta amenaza es necesario crear barreras que puedan evitar que por la entrada de estos nuevos competidores se pueda presentar desequilibrios económicos en los proyectos de emprendimientos como son:

**Menores costos en materia prima:** Bicycle Wash buscara que sus proveedores ofrezcan precios cómodos, en cuanto al uso del agua se obtendrán hidro lavadoras con el fin de ahorrar el consumo exagerado de agua, y se utilizaran productos biodegradables esto con el fin de reducir costos.

**Localización geográfica:** La ventaja que tenemos en Bicycle Wash es la posibilidad de ir hasta donde nuestro cliente lo solicite, siempre y cuando esté ubicado dentro de la ciudad de Bogotá, esto genera satisfacción y fidelización del cliente.

**Tecnología Propietaria:** Se darán a conocer los servicios que ofrecemos mediante la aplicación, anunciando productos y promociones, una de las ventajas de este medio de publicidad es que se puede estar actualizado constantemente. Esta publicidad tiene como finalidad comunicar, persuadir y vender. Para este proyecto se desarrollará un sistema integral de mercado.

## **2. Amenaza de nuevos productos sustitutos:**

Se darán a conocer los servicios que ofrecemos mediante una aplicación digital, en la que los bici usuarios puedan observar los productos y promociones que se manejarán, además de las tarifas correspondientes a dicho proceso; aprovechando el recurso de las redes sociales para ampliar la visión de nuestro público objetivo y acaparar mucho más el mercado.

Carteles Publicitarios: se imprimirán carteles de publicidad que se colocaran en distintas ciclo rutas de la ciudad de Bogotá con el fin de atraer posibles clientes y que tengan la información de la Aplicación como también los servicios que se ofrecen.

Solución práctica y efectiva en la limpieza y mantenimiento de bicicletas, con uso de productos amigables con el medio ambiente, polichada final para conservar por más tiempo dicho proceso y facilidad de desplazamiento dentro de la ciudad de Bogotá, generando satisfacción y fidelización del cliente.

## **3. Rivalidad entre los competidores**

Teniendo en cuenta que Bicycle Wash no cuenta con gran numero de competidores se mantendrá alerta a cualquier cambio en cuanto al servicio que ofrezca la competencia con el fin de mantenernos como lideres del mercado en lavado de bicicletas a domicilio, llevando a cabo cada uno de los pasos anteriores para logra conseguir posicionamiento y prestigio en el mercado ofreciendo un servicio de calidad para nuestros usuarios, consiguiendo una mayor fidelización de nuestros actuales clientes y el crecimiento de estos.

## 5. Marketing MIX

### 5.1 Estrategias de producto para clientes

#### Núcleo:

Encontramos en los clientes una necesidad de mantener en buen estado su medio de transporte que son las Bicicletas, llevando el servicio hasta la puerta de su casa evitándoles salir en búsqueda de la solución de su necesidad.

#### Calidad:

Como empresa nos centramos en los inconvenientes y la falta de tiempo que tienen las personas para hacerle un mantenimiento eficaz a sus bicicletas incidiendo así en su calidad de vida. Cuando existe amor por nuestro trabajo es mucho más fácil que haya compromiso disciplina y constancia, para poder brindar un servicio con calidad.

#### Diseño:

En Bicycle Wash nuestra imagen es muy importante, por eso hemos diseñado el vehículo con el cual se va a prestar el servicio a domicilio.

Servicio: Con nuestro servicio de lavado de bicicletas a domicilio y usando hidro lavadoras ecológicas, el shampoo biodegradable son técnicas que cobran fuerza para aportar al medio ambiente, reduciendo no solo el consumo de agua sino también las emisiones contaminantes, técnicas que usaremos por ser amigables para el medio ambiente.



#### 5.1.1 Portafolio

BICYCLE WASH es la solución de limpieza y mantenimiento preventivo especial a tu bicicleta con calidad, efectividad y profesionalismo en tu lugar de trabajo u hogar dentro de la ciudad de Bogotá D.C.



## 5.2 Estrategia de precios

### Basados en costos:

BICYCLE WASH basado en los costes de materia primas y en relación al mercado y verificando los productos sustitutos esperamos ofrecer nuestro producto de la siguiente forma:

Lavado de bicicleta: \$ 8.000  
 Polichado: \$ 5.000  
 Mantenimiento: \$ 25.000  
 Engrase de piezas: \$ 10.000

### Por valor agregado:

Consideramos que para los clientes el valor más significativo es su tiempo, es por esto que nuestro servicio se presta a domicilio con un recargo de \$ 5.000 adicionales a tarifas de los servicios.

### Basados en la competencia:

La competencia de BICYCLE WASH son los lavaderos de carros convencionales, pero no la vemos como directa ya que allí no se especializan en bicicletas y no les dan el trato adecuado.

## 5.3 Estrategia de distribución

La distribución del servicio se hará principalmente por medio de una aplicación la cual le permitirá al usuario solicitar asistencia a domicilio. Otro canal de distribución será la visita a las empresas que se evidencien que tienen un alto número de bisiuarios.

## Estrategia de comunicación

**Redes:** Se darán a conocer los servicios que ofrecemos mediante la aplicación, anunciando productos y promociones, una de las ventajas de este medio de publicidad es que se puede estar actualizado constantemente.

**Carteles Publicitarios:** se imprimirán carteles de publicidad que se colocaran en distintos puntos de la ciudad con el fin de atraer posibles clientes y que tengan la información de la Aplicación como también los servicios que se ofrecen.

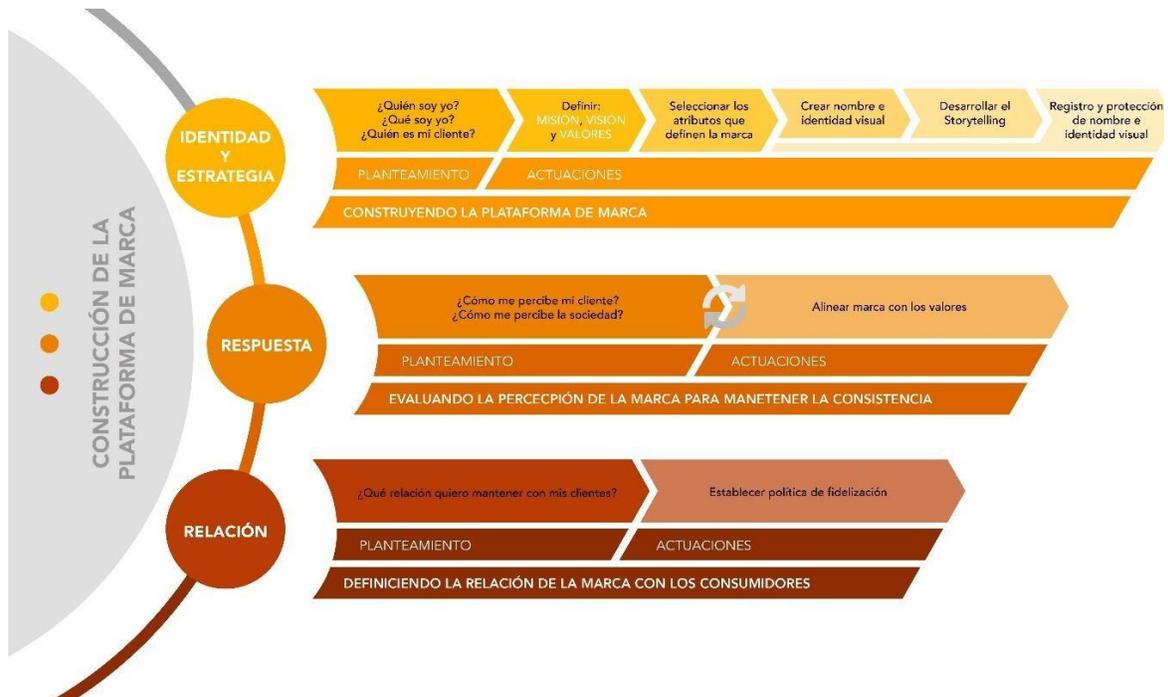
Esta publicidad tiene como finalidad comunicar, persuadir y vender. Para este proyecto se desarrollará un sistema integral de mercado el cual nos permitirá tener y actualizar una base de datos en donde se podrá encontrar. (Archivo de clientes Actuales, Archivo de clientes potenciales, archivo de proveedores, archivo de competencias, entre otros.

MARKETING MIX					
<b>Estrategia</b>	Llegaremos a nuestro objetivo siguiendo cada una de las tareas que se tienen en los procesos, con calidad y eficiencia.	Nuestro principal medio son los carros de lavado y el personal que los opere.	En BICYCLE WASH Tenemos como fecha de lanzamiento el segundo semestre del año 2022.	El lugar que se tiene planeado es en el sector de la calle 26 con Cali, complejo de teleperformance en la ciudad de Bogotá.	Valores aproximados: Lavado: \$ 8.000 Polichado: \$ 5.000 Mantenimiento: \$ 25.000 Engrase de piezas: \$ 10.000
<b>Producto</b>	 <b>Lavado</b>	 <b>Polichado</b>	 <b>Mantenimiento</b>	 <b>Engrase Piezas</b>	
<b>Precio</b>	\$ 8.000	\$ 5.000	\$ 25.000	\$ 10.000	
<b>promoción y Comunicación</b>					

## 4. Desarrollo de Marca

Una marca es una identificación, que, cuando se habla de aspectos comerciales, es la que representa una identidad simbólica de una empresa, producto o servicio.

La importancia de la marca BICYCLEWASH está en dejar una huella indeleble en la cabeza de los clientes, una huella que sea inconfundible, una huella memorable, que permita volver a consumir una y otra vez los productos que vende gracias a la diferenciación que consigue con respecto a sus competidores



MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

Nombre de la idea	BICYCLE WASH	
PASOS	OBJETIVO	RESULTADOS
1. DIAGNOSTICO DEL MERCADO	A. Identificación del Sector	El mercado objetivo al cual estarán dirigidas todas las labores de Bicycle Wash son todos aquellos ciudadanos que utilizan como medio de transporte en la ciudad de Bogotá la bicicleta como destino a sus sitios de trabajo y estudio, estas personas son de cualquier estrato socio-económico, que por su estilo de vida no cuentan con el tiempo suficiente para hacer la limpieza y el mantenimiento a sus bicicletas.
	B. Identificar marcas en competencia	En el momento Bicycle Wash tiene como competencia un emprendimiento llamado Vaylava
	C. Soluciones principales y alternativas	La idea de negocio de Bicycle Wash está encaminada a brindar una solución práctica a los biciusuarios que por motivos de tiempo, desplazamiento y recursos económicos no pueden hacerle limpieza a su bicicleta, este servicio se prestara a través de una aplicación digital donde se podrán contactar los usuarios, además podrán consultar las tarifas que se manejan y los productos que se utilizaran, con el fin de que se evidencie la confiabilidad y el profesionalismo de los productos y del servicio como tal.
	D. Tendencias del mercado	Hoy por hoy las personas cada vez y teniendo en cuenta varios factores que encontramos en nuestra ciudad como: problemas de movilidad, comodidad y le sumamos la pandemia que estamos viviendo, el uso de la bicicleta se está volviendo tendencia, ya que el uso de la misma nos puede ser muy útil con los factores antes mencionados.
	E. Arquetipo de la marca	Bicycle Wash puede tener los siguientes Arquetipos : creador: creamos un servicio innovador y con muchos Conexión: El objetivo de Bicycle Wash es tener una relación con Rebelde: queremos que nuestros bici usuarios se sientan Cuidado: queremos aportar al cuidado de nuestros usuarios al momento de utilizar su medio de transporte
2. Realidad Psicológica de la marca	A. Percepción de la marca de la competencia	La percepción que tenemos de nuestra competencia Vaylava es un buen diseño y manejo de redes Sociales con un plus muy importante que es el lavado de motos lo cual les permitirá la atracción de más usuarios
	B. Identificar variables del Neuromarketing	El Neuromarketing que utilizará Bicycle Wash será llamar la atención de nuestros biciusuarios al momento de ofrecer, ejecutar, y promocionar nuestros servicios, por medio de plataformas tecnológicas llamativas, nuestros equipos, nuestro medio de transporte y principalmente, nuestra atención y trato al usuario
3. Posicionamiento	A. Identificar Top of mind	Para que seamos la primera opción que escoja nuestro usuario para el servicio de lavado de bicicletas a domicilio Bicycle Wash dará un excelente servicio desde el primer contacto con sus usuarios haciendo que este se lleve una excelente imagen de nosotros
	B. Identificar Top of heart	Para lograr tocar el corazón de nuestros usuarios le daremos toda la importancia y excelente trato a su medio de transporte creando dándole un excelente servicio para que nuestro biciusuario sienta que al igual que su bicicleta también es muy importante para nosotros, de esta manera lograremos un gran vínculo emocional
4. Realidad Material de la marca	Propuesta de Valor	Solución práctica y efectiva en la limpieza y mantenimiento de bicicletas, con uso de productos amigables con el medio ambiente, polichada final para conservar por más tiempo dicho proceso y facilidad de desplazamiento dentro de la ciudad de Bogotá, generando satisfacción y fidelización del cliente.
Estrategia de comunicación		<a href="https://rociocruzmel020.wixsite.com/misito">https://rociocruzmel020.wixsite.com/misito</a>



		bicyclewash@gmail.com
--	--	-----------------------



## 5. Marketing Digital

Uno de los principales beneficios del **marketing digital** es que es medible, de manera que puedes saber cuál es el ROI de tus acciones. Además, puedes acceder a la información en cualquier momento y obtener resultados a tiempo real, cosa que no ocurre en la publicidad tradicional.

### Características principales del marketing digital:

- 1) Costos significativamente menores.
- 2) Segmentación más exhaustiva.
- 3) Integración con el consumidor y sus necesidades.
- 4) Resultados inmediatos.
- 5) Mayor flexibilidad y menor tiempo de reacción.

**BICYCLE WASH**  
Se mueve con Tigo

INICIO

Mantenimiento y lavado de bicicletas a domicilio

**BICYCLE WASH** es la solución de limpieza y mantenimiento preventivo especial a tu bicicleta con calidad, efectividad y profesionalismo en tu lugar de trabajo u hogar dentro de la ciudad de Bogotá D.C.

REGISTRATE

¡Vamos a chatear!  
⚡ Te responderemos tan pronto como



### MISION

**Brindar un servicio de lavado de bicicletas a domicilio con calidad, asegurando la tranquilidad y satisfacción el cliente, aportando al cuidado del medio ambiente.**



### VALORES DE MARCA

- Pasión
- Cercanía
- Eficiencia
- Honestidad
- Innovación
- Empatía
- Transparencia.
- Inclusión
- Conciencia ambiental

¡Vamos a chatear!  
⚡ Te responderemos tan pronto

© 2023 por Vista Clara.  
Creado con [Wix.com](https://www.wix.com)

#### SÍGUENOS

-  Twitter
-  Facebook

#### CONTACTO

Rocio Cruz Melo  
[byciclewash@gmail.com](mailto:byciclewash@gmail.com) \*

[byciclewash@gmail.com](mailto:byciclewash@gmail.com)



## 6. Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing, también conocidas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de mercadeo o estrategias comerciales, son acciones meditadas que se llevan a cabo para alcanzar objetivos de marketing.

En BICYCLE WASH queremos formular e implementar estrategias de marketing es una de las funciones más importantes del marketing y de una empresa en general, ya que al permitir estas alcanzar los objetivos de marketing, son las que determinan en gran medida las ventas y las utilidades de la empresa.



### ¿POR QUÉ MOVERTE EN BICICLETA?



- La bicicleta te ayuda a mantener las **medidas de distanciamiento social**.
- **Es un modo de transporte activo**, con el que mejoras tu sistema cardiovascular y tu sistema inmunológico.
- **La bicicleta es una forma de desplazarse ágil y rápida** en las distancias cortas y es el mejor medio de transporte puerta a puerta.
- **Es un modo de transporte seguro**, que evita incrementar la presión sobre el sistema sanitario por accidentes.
- Es una forma de desplazarse muy económica que **te permitirá ahorrar en momentos en los que es muy necesario**.





#QuedateEnCasa . il  

1 16:41

-}- bicyclewash •



452 Publicaci... 334 Seguidor... 337 Seguidos

BICYCLEWASH

Lavado de bicicletas t

Domicilios

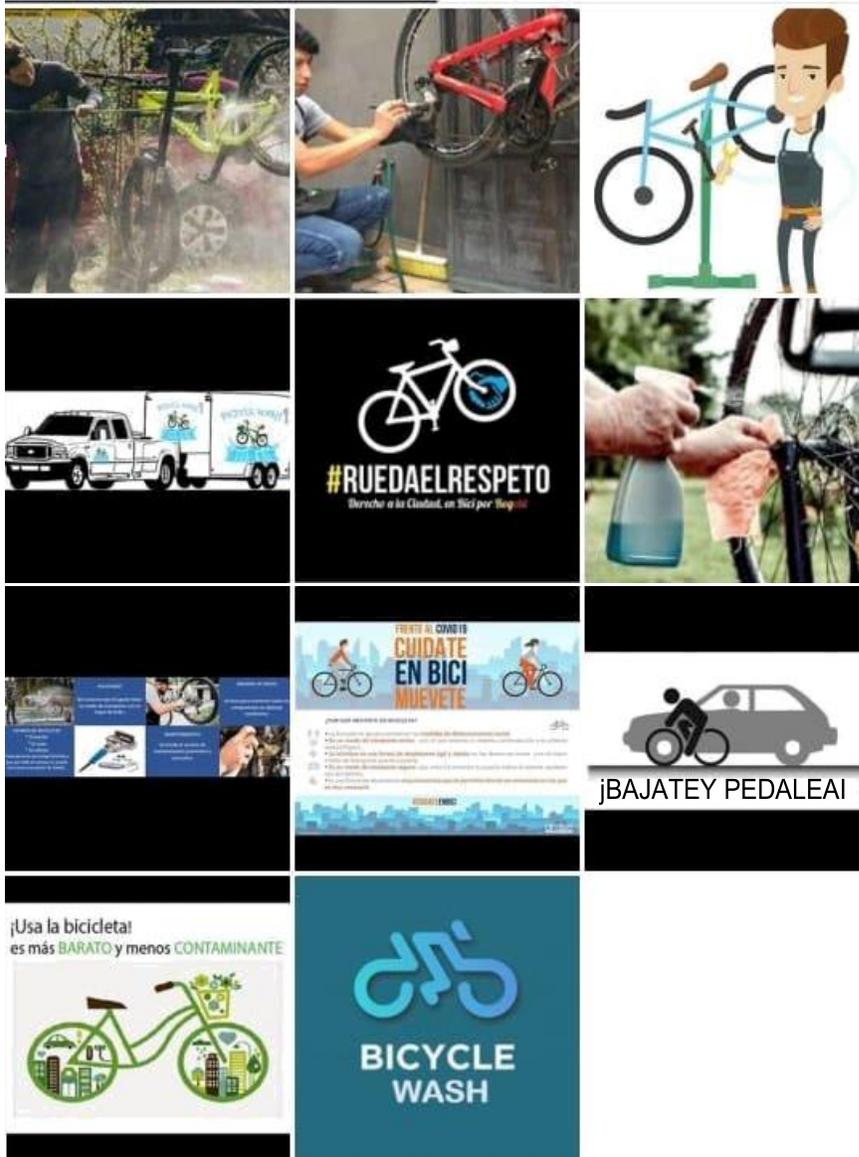
Servicios adicionales @

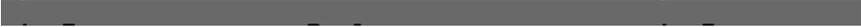
Cuida el planeta, tenemos un mls

[www.bicyclewash.com/](http://www.bicyclewash.com/)

Editar perfil







Tus amigos pueden escanear esto para

seguirte.



## 7. Métricas Digitales

“ **Conocer bien a los clientes -y a sus gustos- es fundamental para diseñar una estrategia acorde a sus intereses.** ”

El tráfico es la cantidad de visitas que llegan a un sitio web en un período determinado. Medirlo es fundamental a la hora de establecer el éxito de un ecommerce, ya que cuanto mayor es el tráfico, más es la visibilidad de la página y mayores las posibilidades de generar conversiones.

Importante, ¿no lo crees? ¿Piensas utilizar Google Analytics para conocer tus resultados? Entonces debes ir a la pestaña “Todo el tráfico”, dentro de “Adquisición”.

Recuerda establecer un período de tiempo determinado a la hora de hacer las mediciones: si no lo haces, no sabrás sobre qué lapso estás trabajando

En el mismo tablero podrás encontrar también dos variables fundamentales a las que debes prestar mucha atención:

**Sesiones:** son el número total de aperturas que se han realizado en un período, incluyendo todas las interacciones que un usuario haya realizado a través de web, aplicación u otro canal.

**Tiempo de permanencia:** por supuesto, hablamos de la cantidad de tiempo que un usuario se queda interactuando en tu ecommerce cada vez que lo visita. Es fundamental para entender su comportamiento y cuál es su experiencia cada vez que ingresan al sitio.



## Tu actividad

ENLACES

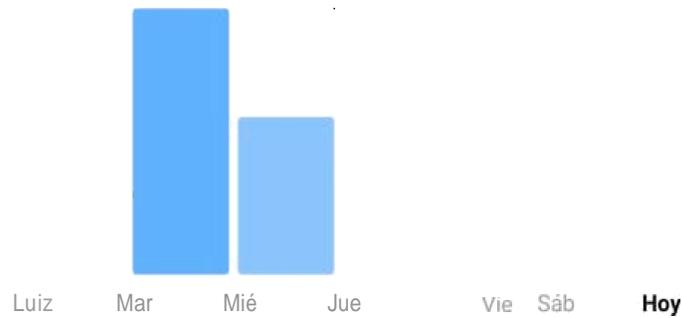
TIEMPO

Tiempo en Instagram



43.:

Promedio diario  
Tiempo promedio que  
estuviste por dia en la app  
de Instagram en este  
dispositivo la semana  
pasada



Administra tu

tiempo Programar

recordatorio diario

Te enviaremos un recordatorio cuando haya pasado el tiempo que configuraste.

Configuración de notificaciones

[Elige qué notificaciones de Instagram](#)

## 8. Macro Localización

Bicycle Wash quedara ubicado en la ciudad de Bogotá en la localidad de Chapinero como se muestra en el mapa:



Figura Aspectos Geográficos:

La localidad de Chapinero es la numero dos (2) de Bogotá. Su altura va de los 2.600 a los 3.500 metros sobre el nivel del mar, tiene un clima frío subhúmedo y la temperatura promedio anual es de 14,2 grados centígrados. Tiene una extensión total de 3.898,96 hectáreas en donde 2.664,25 comprende el área rural y 1.234,71 el área urbana. Está ubicada en el centro-oriental de la ciudad, colinda al norte con Usaquén; por el occidente, con Barrios Unidos y Teusaquillo; al oriente con Choachi y la Calera y hacia el sur con la localidad Santafé.



Sus coordenadas geográficas son las siguientes:

- Longitud:  $073^{\circ}20'42.14''$

- Latitud:  $N10^{\circ}19'26.65''$

La localidad de Chapinero está dividida en cinco UPZ (Unidades de Planeamiento Zonal). A su vez, estas unidades están divididas en 50 barrios y en una UPR (Unidad de Planeación Zonal) en la cara oriental de los cerros llamada la vereda El Verjón Bajo.

- El Refugio: Chicó Reservado, Bellavista, Chicó Alto, El Nogal, El Refugio, La Cabrera, Los Rosales, Seminario y Toscana.

- San Isidro Patios: La Esperanza Nororiental, La Sureña, San Isidro y San Luis Altos del Cabo.

- Pardo Rubio : Bosque Calderón, Bosque Calderón Tejada, Chapinero Alto, El Castillo, El Paraíso, Emaús, Granada, Ingemar, Juan XXIII, La Salle, Las Acacias, Los Olivos, María Cristina, Mariscal Sucre, Nueva Granada, Palomar, Pardo Rubio, San Martín de Porres, Villa Anita y Villa del Cerro.

- Chicó Lago: Antiguo Country, Chicó Norte, Chicó Norte II, Chicó Norte III, Chicó Occidental, El Chicó, El Retiro, Espartillal, La Cabrera, Lago Gaitán, Porciúncula y Quinta Camacho

- Chapinero Centro: Cataluña, Chapinero Central, Chapinero Norte, Marly y Sucre. (Alcaldía Local de Chapinero, s.f.)



#### Aspectos socioeconómicos:

La localidad de chapinero cuenta con una población total de 136.000 mil habitantes (un 2% de la población total de la ciudad), de los cuales EL 46,69% son hombres y el 53,31% son mujeres, con una tasa media de crecimiento de 1,21%.

La tasa de empleo (62,9%) es la más alta entre las localidades y esto se debe a que las actividades que más tienen penetración son servicios (39,4%), comercio (17,4%), actividades inmobiliarias (17,3%), industria manufacturera (10%) lo que permiten una mayor demanda de oferta laboral.

El nivel de ingresos de la población ocupada en mayor porcentaje es en la clase alta; el 45% son estrato 6, el 11,7% estrato 5 y el 30,8% estrato 4.

#### Aspectos de infraestructura:

La localidad de chapinero cuenta con una infraestructura vial del 3,2% de la malla vial de la ciudad, que eso equivale a 468 kilómetros carriles de vía. Aun ocupando el decimoquinto puesto de las localidades el 66% de su infraestructura vial se encuentra en deterioro.

Por otro lado, Chapinero cuenta con una troncal de Transmilenio compuesta por la Avenida Caracas, que además le permite el transbordo hacia la Calle 80, NQS y Troncal Norte. Que permite una gran afluencia de personas.

La localidad cuenta con todos los servicios públicos (agua, alcantarillado, basuras, luz eléctrica, gas natural).



Los parques zonales cuentan con mobiliario urbano, canchas deportivas, zonas de juegos infantiles, espacios verdes arborizados y senderos peatonales.

Aspectos institucionales:

La localidad de Chapinero cuenta con una política de alto desarrollo urbano que se ha producido a raíz del incremento en la población en los últimos años. Por lo tanto esto conlleva a cubrir nuevas necesidades día a día. Y además estar inmersos en los cambios que traen consigo nuevas ofertas en los diferentes sectores económicos.<sup>15</sup> Macro localización.

## **Micro Localización**

### **Método Brown y Gibson**

Criterios que fueron escogidos para tomar la decisión

- Zona donde nos sea posible realizar actividades de producción que no afecten a residentes 30%.
- Zona relativamente cercana a nosotros a los puntos de distribución (Universidades y Empresas 30%)
- Zona de empresas pequeñas como la nuestra 10%
- Zona de fácil acceso de transporte para nuestros colaboradores 5%
- Espacio de dos pisos con el fin de que en el primero esté la planta de distribución y máquinas y en el segundo el Área administrativa. 30%
- Precios bajos de arriendo 5%
- Cerca de la avenida 30



Bicycle Wash tendrá su planta de producción y área administrativa en chapinero en la dirección

Carrera 52 # 74 – 64,

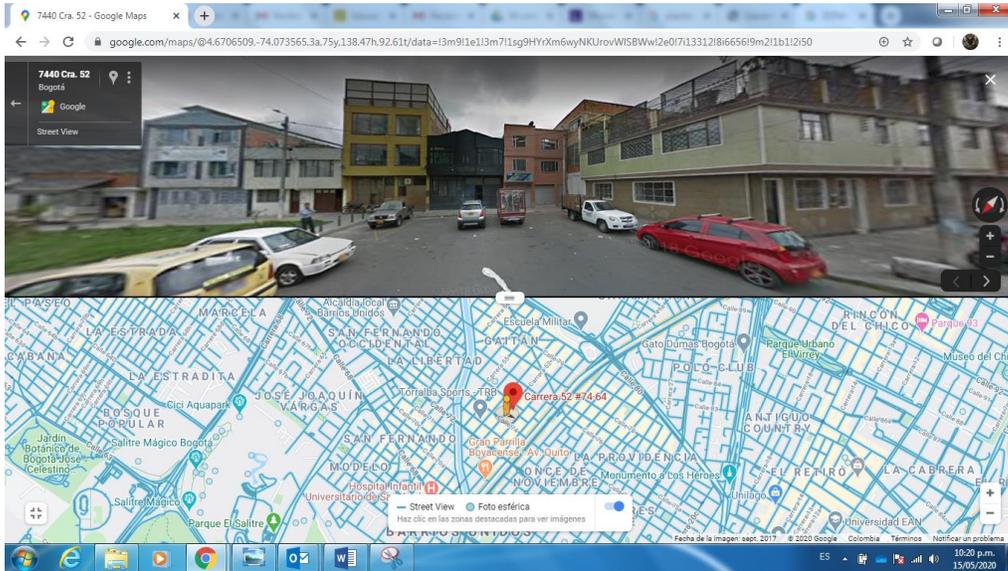
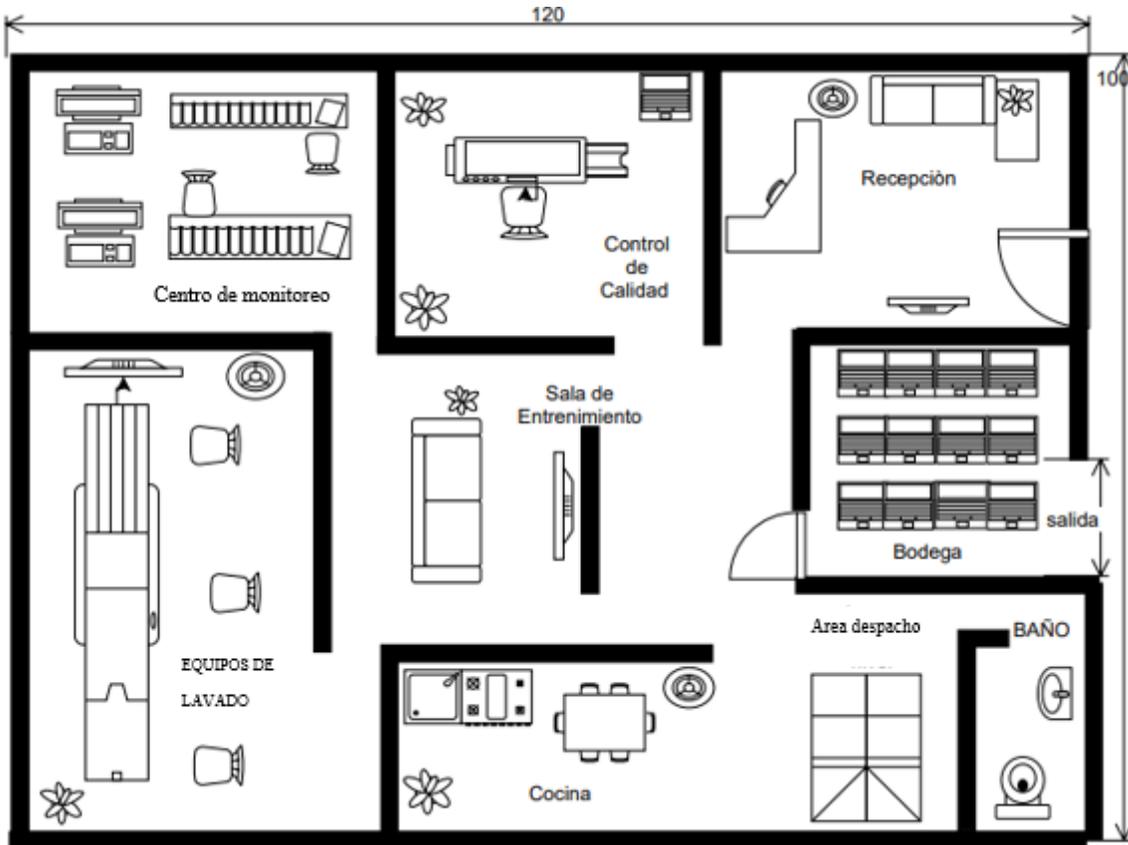


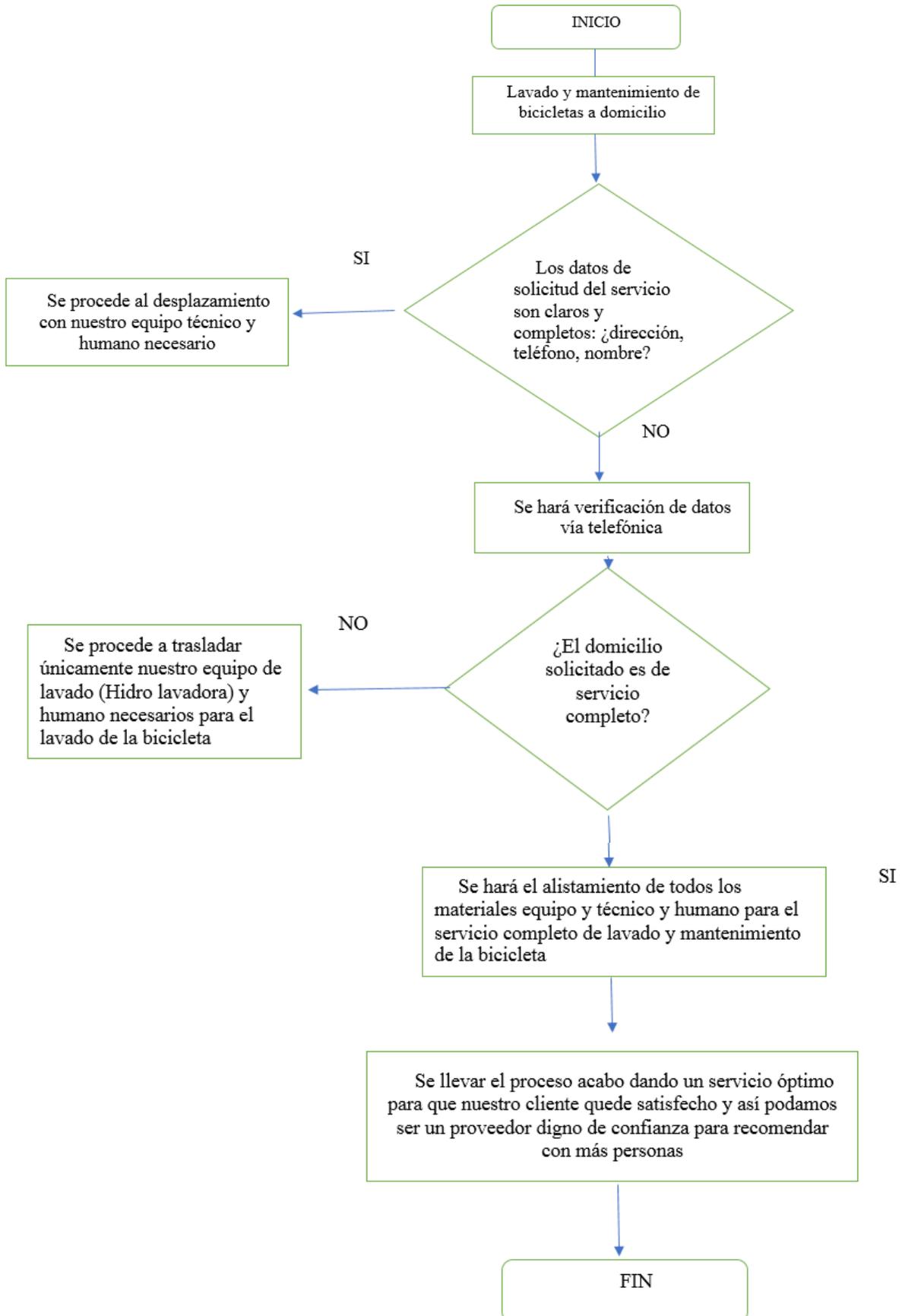
Figura Micro Zona

### Plano Físico





## Flujograma, proceso, insumo y tabla de requerimiento de procesos



Proceso a Seguir para la ejecución del servicio de lavado de Bicicletas a domicilio:

1. Visualización y descargue de la solicitud del servicio por medio de nuestra APP
2. Verificación de los datos registrados solicitando el servicio vía telefónica
3. Alista miento de nuestro recurso humano y técnico
4. Desplazamiento al lugar de vivienda o trabajo de nuestra bici usuario para el servicio
5. Ejecución del servicio de lavado y mantenimiento de bicicletas
6. Cobro según servicio

Materia Prima e Insumos utilizados en nuestro servicio

La materia prima utilizada para llevar a cabo nuestro servicio esta enfocada en productos de aseo biodegradables en los cuales encontramos:

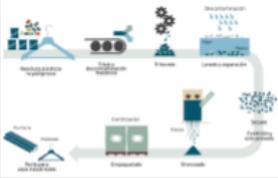
1. Shampoo galón x 3500 ml \$30.000 de los cuales solo se usan 2 ml
2. Lubricantes Spray x 250 ml \$18.500 de los cuales se utilizan 3 ml
3. Desengrasantes x 500 ml \$ 20.500 de los cuales solo se utilizan 3 ml
4. Limpiador x 500 ml \$ 20.500 de los cuales solo se utilizan 5 ml

## Tabla de Operaciones

### LAVADO Y MANTENIMIENTOS DE BICICLETAS

ACTIVIDAD DEL PROCESO	TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACION (minutos/horas)	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	No DE PERSONAS QUE INTERVIENE POR CARGO	EQUIPOS Y MAQUINAS QUE SE UTILIZAN CAPACIDAD DE PRODUCCION POR MAQUINA (cantidad de producción unidad por tiempo)
Desplazamiento Servicio	Dependiendo ubicación del usuario	Operativo	2	Carro Taller
Lavado	20 a 30 minutos	Operativo	1	Hidro lavadora
Polichado	20 minutos	Operativo	1	<u>Polichadora</u>
Mantenimiento	1 hora 20 minutos	Operativo	1	<u>Bomba taller, Llaves Allen, Llaves Torx, Tronchacadenas, Medidor de cadena, Kit limpiador de cadena, Llave de casete y extractor, Llave de casete y extractor, Llave de pedalier y extractor</u>
Engrase	30 a 40 minutos	Operativo	1	Trípode , Cepillo, esponjas
total	3 horas		2	23

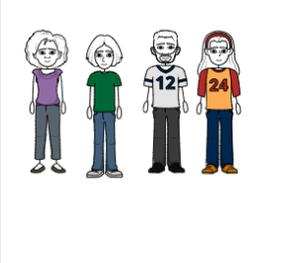
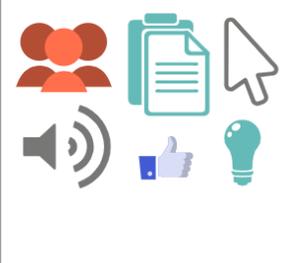
## Ficha Técnica

	<b>BICYCLEWASH</b>		
	CODIGO 9823	VERSIÓN 01	16/11/2020
<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>			
<b>A. NOMBRE DEL PRODUCTO ( Defina el nombre tecnico del producto)</b>			
LAVADO Y PRODUCTOS PARA BICICLETAS			
<b>B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicio de lavado de bicicletas</li> <li>2. Servicios a Domicilio</li> <li>3. Desinfeccion y otros servicios adicionales</li> <li>4. Diferentes metodos de pago</li> <li>5. Productos con Ecodiseño y bajos en niveles de quimicos que ayudan el ecosistema</li> <li>4. Servicio realizado por especialistas</li> </ol>			
<b>C. PRESENTACIONES COMERCIALES</b>			
Lavado, desinfeccion y otros servicios con productos especializados para bicicletas			
			
<b>D. TIPO DE ENVASE</b>			
Productos especializados para bicicletas			
			
<b>E. MATERIAL DE ENVASE</b>			
Producto en plastico elaborado con ingredientes de bajo nivel quimico			
			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No se garantiza el servicio si posteriormente se usan otros productos diferentes a los nuestros que alteren los materiales y rendimiento de la bicicleta</li> </ol>			

	<b>BICYCLEWASH</b>		
	CODIGO 9823	VERSIÓN 01	16/11/2020
<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>			
<b>G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tiene un gran impacto en el usuario respecto a la calidad del producto</li> <li>2. Productos con Ecodiseño</li> <li>3. Garantía de los productos utilizados</li> <li>4. Servicio a domicilio dentro del perímetro urbano</li> <li>5. Diferentes métodos de pago</li> <li>6. Productos que ayudan a cuidar el ecosistema y capa de ozono</li> </ol>			
<b>H. VIDA UTIL ESTIMADA</b>			
Dentro de los términos de posterior uso y cuidado			
<b>I. PORCION RECOMENDADA</b>			
Para todas las edades y ritmo de uso			
<b>J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO</b>			
			
<b>K. GRUPO POBLACIONAL</b>			
Para todas las edades, App de fácil uso y para todo tipo de público y variedad de servicios			

	BICYCLEWASH		
	CODIGO 9823	VERSIÓN 01	16/11/2020
<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>			
<b>Firma del responsable del producto:</b>		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">JEFE DE PRODUCCION</div>	
<b>Nombre del Responsable del producto</b>		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">MARIA FERNANDA SABOGAL</div>	<b>Firma:</b>
		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">MARIA FERNANDA SABOGAL</div>	

Lanzamiento del producto

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
Prestar el servicio de lavado / desinfección y otros servicios de bicicletas a domicilio con app BICYCLEWASH	Cualquier persona que posea una o mas bicicletas / bici usuarios o empresas de alquiler de bicicletas	Ofrecer nuestros servicios destacando las ventajas de contar con nosotros como su empresa de confianza y efectividad BICYCLEWASH	Realizar un estudio a los usuarios de cuales son sus necesidades y requerimientos

¿Que problema estas tratando de resolver?



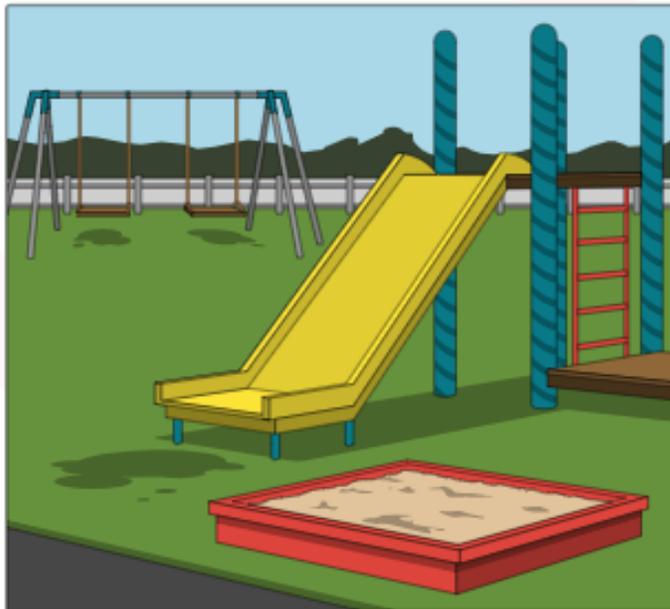
Prestar el servicio de lavado / desinfección y otros servicios de bicicletas a domicilio con app BICYCLEWASH

## ¿Quién es tu público objetivo?



Cualquier persona que posea una o mas bicicletas / bici usuarios o empresas de alquiler de bicicletas

## ¿Cómo resolverás este problema?



Ofrecer nuestros servicios destacando las ventajas de contar con nosotros como su empresa de confianza y efectividad  
**BICLEWASH**

## Cuál es el primer paso?



**Realizar un estudio a los usuarios de cuales son sus necesidades y requerimientos**

## Bibliografía

<https://www.finactiv.com.mx/Finactiv/11-consejos-para-ahorrar-agua-en-tu-empresa/>

<https://iofacturo.mx/emprendedores/10-consejos-para-ahorrar-energia-en-tu-empresa>

<https://www.ecointeligencia.com/2016/01/huella-carbono-empresa/>

<https://thepowermba.com/es/business/las-5-fuerzas-de-porter/#:~:text=Como%20hemos%20indicado%2C%20las%20cinco,sustitutivos%20y%20rivalidad%20entre%20competidores.>

<https://www.quiminet.com/empresas/amenaza-de-nuevos-competidores-o-nuevos-entrantes-porter-2745051.htm>

<https://www.civico.com/lugar/vaylava-bogota/>

<https://www.5fuerzasdeporter.com/rivalidad-entre-los-competidores/#:~:text=La%20rivalidad%20en%20una%20industria,publicitarias%2>



[C%20lanzamientos%20de%20productos\).](#)

<https://www.crecenegocios.com/estrategias-de-marketing/>

<https://blog.embluemail.com/8-metricas-clave-para-tu-negocio/>

