

Al 79% de los españoles les interesaría una suscripción mensual de lavandería a domicilio, según Mr Jeff

La clase media española ya no quiere lavarse la ropa: el usuario típico de lavanderías es millennial, con hijos pequeños, estudios universitarios y unos ingresos superiores a los 1.000€ mensuales

El ritmo de vida actual, con la consecuente falta de tiempo, ha provocado el aumento de la demanda de un tipo de servicios que eran de uso minoritario hace no tanto tiempo, las lavanderías. Según el último informe sobre las lavanderías y tintorerías realizado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), en 2017 aumentó el número de lavanderías casi un 45%, lo que supuso una facturación de 239 millones de euros, un 51% más que el año anterior.

Tal es la demanda de servicios de lavandería, que han evolucionado en servicios de recogida de ropa a domicilio, con planchado incluido. Y es que, tal y como indica Mr Jeff -startup española que ofrece servicios online de tintorería y lavandería a domicilio en España y Latinoamérica -, la mitad de los españoles invierten entre media hora y dos horas a la semana en planchar la ropa. Así, no es de extrañar que se opte por las lavanderías a domicilio, principalmente por el ahorro de tiempo y por la pereza que da tanto lavarse y plancharse la ropa uno mismo como tener que llevarla a una lavandería física.

Dentro del servicio de lavandería a domicilio, cada vez es más común la implementación de suscripciones mensuales que ofrezcan estos servicios. De hecho, según la startup española, al 79% de los españoles les interesaría una suscripción mensual de lavado y planchado de ropa a domicilio, una vez cada semana o una vez cada dos semanas.

"Es importante dejar de ver a las lavanderías como un servicio para minorías. Lavar en un autoservicio es bastante más barato que hacerlo en casa. Gastos como el coste de luz, detergente, agua o el propio uso de la lavadora y la secadora terminan siendo un gasto importante. Y la recogida a domicilio es la evolución del servicio, que elimina barreras como la pereza de tener que llevar uno mismo la ropa a otro lugar. En pocos años veremos que se ha convertido un servicio universal, como ahora lo son Netflix o Spotify", afirma Eloí Gómez, CEO de Mr Jeff.

Millennials con falta de tiempo, los principales usuarios

En lo que respecta al perfil del usuario de este tipo de servicios, son las personas jóvenes con trabajo e hijos pequeños, es decir, aquellos con menos tiempo. Así, el usuario de los servicios lavandería a domicilio son familias con hijos pequeños (35%), en torno a los 35 años, con estudios superiores (tres de cada cuatro poseen estudios universitarios o posgrado) y tienen unos ingresos superiores a los 1.000€.

Otros datos que destacar es que son personas deportistas, (de hecho, la mitad van a algún gimnasio), usan redes sociales, como Instagram y Facebook, y plataformas de streaming como Netflix o HBO.

Datos de contacto:

Mr Jeff

916611737

Nota de prensa publicada en: [Valencia](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Moda](#) [Sociedad](#) [Consumo](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>