

TENDIDOS SWEET DREAMS

VIVIANA RINCON HERNANDEZ

ASESOR: LIZ FARITH GONZALES CARREÑO

CUN, CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

OPCION DE GRADO NIVEL TECNICO

BOGOTA

2018

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	3
1. JUSTIFICACION.....	3
2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT	4
2.1 Stake Holders	4
2.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)	4
2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)	4
2.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)	4
2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)	5
2.6 Mercado.....	5
3.1 Formato Entrevista	5
3.2 Análisis de la información Resultados.....	7
3.3 Pentágono de Perfilación de Clientes.....	8
4.1 Descripción del Producto o servicio	9
4.2 Ficha técnica del Producto o servicio.....	10
5.1 Identidad Estratégica.....	10
5.2 Futuro Preferido	10
5.4 Valores corporativos.	11
6.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER.....	12

INTRODUCCIÓN

Este trabajo busca aprovechar situaciones del mundo moderno y aplicar una solución orientada hacia el mercado nacional Colombiano. La solución planteada es de brindar a los colombianos ropa de cama donde ellos puedan combinar una serie de detalles referente a su cama, personalizando según sus gustos y preferencias se contará con personas expertas en confección de sabanas y la coordinación de un lugar de entrega que facilite llevar el producto al cliente.

Más allá cuando compran un producto o servicio, se está buscando la forma de diferenciarse del resto de las personas. Casi que la moda se ha dado vuelta a los diseños artesanales, donde cada cosa es diferente, desde su forma, tamaño o color, lo que busca nuestros clientes es poder satisfacer una necesidad como, Suavidad, material de la tela, que no se caiga de la cama fácilmente, que sea liviana, mejorar el descanso, mejorar la presentación de la cama. Poder resolver todas estas necesidades con nuestro producto en diferentes sectores de la ciudad de Bogotá donde se encuentra nuestro mercado objetivo.

1. JUSTIFICACION

Se realizó este proyecto con el propósito de que las personas conozca nuestro producto de ropa de cama, poder llegar al mercado textil compitiendo con la mejor calidad y precios para así poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes, queremos ser reconocidos como una de las mejores empresa en la fabricación y producción de ropa de cama contando con los mejores estándares de calidad y asequibles para todas las personas.

La industria textil se ha caracterizado por ser uno de los sectores más arraigado y dinámicos de la economía colombiana está en el mercado con los mejores estándares de calidad a nivel internacional lo cual con nuestro producto lo podemos validar, Queremos brindar a muchas personas una oportunidad laboral, que puedan desarrollar sus conocimientos, su crecimiento personal y económico. Con el mejor personal en nuestra empresa lograremos todos nuestros objetivos.

2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES

CUSTOMER DEVELOPMENT

2.1 Stake Holders

- Mujeres entre 16 – 60 años.
- Hombres entre 16 – 60 años.
- Niños entre 1 – 15 años.
- Hospitales.
- Hoteles.
- Nos dirigimos a todos los estratos sociales.
- La empresa estará ubicada en la ciudad de Bogotá, con expectativas de expandirnos a diferentes ciudades.
- Tendremos a disposición de nuestros clientes, las instalaciones de la empresa, pagina web y folletos para que conozcan todos nuestros productos.

2.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)

- Suavidad
- Material de la tela
- Que no se caiga de la cama fácilmente
- Que sea liviana
- Mejorar el descanso
- Mejorar la presentación de la cama

2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)

- Tener a disposición de nuestros clientes siempre las mejores telas para la satisfacción de la necesidad.
- Contar con un personal calificado para la producción de nuestros productos.
- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Generar empleo

2.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)

- **empresa ecca s.as.**
 - Pie de cama
 - Mantelería y servilletas
 - Plumones
- **fallabella**
 - Toallas hogar y Spa
 - Cobijas
 - Sabanas hoteles
 - Cojines
 - Forros para el colchón
 - Cortinas

➤ **palacio de las sabanas**

- Sabanas

2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)

- La maquinaria
- No tener el personal calificado
- El tiempo
- Recursos
- Tecnología
- No tener conocimiento del mercado/competencia

2.6 Mercado

2.6.1 Identificación de TAM, SAM y SOM

TAM: Bogotá, nuestro mercado será en la ciudad de Bogotá, inicialmente por la capacidad económica.

SAM: Localidad de Tunjuelito y puente Aranda, Localidad Antonio Nariño, serán nuestros mercados más cercanos.

SOM: La alquería y policarpa, donde estaremos ubicados y se encuentra todo el mercado de venta de textiles.

3. VALIDACION DEL MERCADO

3.1 Formato Entrevista

ENCUESTA

NOMBRE:

GENERO: F _____ M _____

OBJETIVO: obtener información respecto a nuestros clientes, a cerca de sus necesidades y opiniones frente al producto.

1. ¿Le interesa invertir en un buen dormir, como en sabanas? Donde 1 no le interesa y 5 le interesa demasiado.
 - A. 1
 - B. 2
 - C. 3
 - D. 4
 - E. 5
2. ¿Con que frecuencia compra sabanas?
 - A. 1 vez al mes

- B. Cada 3 meses
 - C. Cada 6 meses
 - D. Cada año
3. ¿Es importante para usted la comodidad al dormir?
- A. Si
 - B. No
4. ¿Cómo prefiere realizar la compra de sus sabanas?
- A. Tiendas
 - B. Internet
 - C. Catalogo
 - D. Telefónica
5. ¿Qué tipo de ofertas le parecen atractivas de comprar un producto?
- A. Descuento sobre el precio
 - B. Premios
6. ¿Cómo prefieres las sabanas?
- A. Estampadas
 - B. Unicolor
7. ¿Qué tipo de tela prefieres para las sabanas?
- A. Algodón
 - B. Seda
 - C. Microfibra
 - D. Franela
8. ¿Qué tiene en cuenta a la hora de comprar sabanas?
- A. Que sea económica
 - B. Que sea de buena calidad
 - C. Que sea suave
 - D. Que sea cómoda
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una sabana?
- A. Entre \$40.000 a \$70.000
 - B. Entre \$80.000 a \$120.000
 - C. Entre \$150.000 a \$200.000
 - D. \$200.000 en adelante
10. ¿Qué colores prefieres utilizar?
- A. Colores naturales
 - B. Colores neutros
 - C. Colores llamativos
 - D. Todas las anteriores
11. ¿Qué tipo de cama utiliza normalmente?
- A. Sencilla
 - B. Semi doble
 - C. Doble
 - D. King size
12. ¿Cuál de los siguientes nombres le llama más la atención?

- A. Tendidos Sweet Dreams
- B. Tendidos King`s Dream

3.2 Análisis de la información Resultados.

3.2.1 Validación de Identificación de las Necesidades

Las necesidades de nuestros clientes son, buen dormir, calidad, precio, la forma de comprar, teniendo en cuenta las encuestas podemos identificar que los clientes están dispuestos a satisfacer sus necesidades invirtiendo en producto de buena calidad.

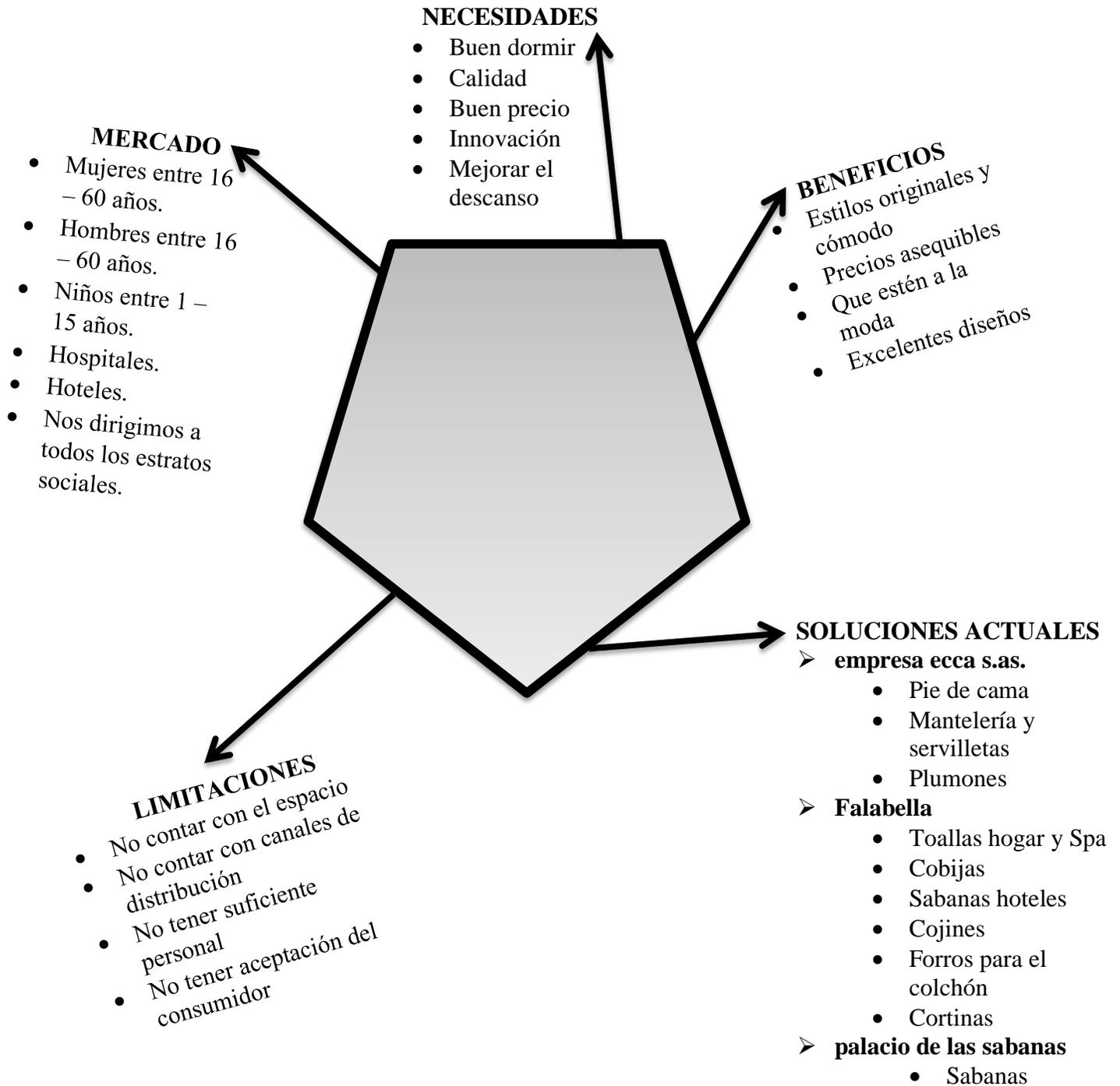
3.2.2 Validación de los Beneficios y expectativas.

Se puede identificar que nuestros clientes buscan ropa de cama con un estilo original, precios asequibles que estén a la moda y excelentes diseños buscando siempre la comodidad en su cama.

3.2.3 Validación de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones.

No contamos con el espacio, con canales de distribución, personal, aceptación del consumidor, teniendo en cuenta las necesidades de nuestros clientes, empezaremos por tener la tienda donde pondremos a la mano de nuestros clientes nuestros productos.

3.3 Pentágono de Perfilación de Clientes



4. Prototipo



4.1 Descripción del Producto o servicio

Ropa de cama, brinda comodidad para un buen descanso.

Composición: 100% Algodón género, tela de máxima calidad y acabado suave.

Tamaño: sencilla, semi doble, doble, King size.

Color: Unicolor, estampada.

Tipo:

Juego de 3 piezas. Sabana encimera+ Sabana Bajera+ Funda almohada

Juego de 4 piezas. Sabana encimera+ Sabana Bajera+ 2 Funda almohada

Clima: Caliente, Templado y Frio.

Recomendaciones de lavado:

- Lavar a un máximo de 30°C.
- No lavar en seco
- No usar secadora
- No usar cloro
- Usar plancha a un máximo de 110°C.

4.2 Ficha técnica del Producto o servicio.

FICHA TECNICA	
	ELEMENTO ANALOGO: Sabanas para diferente tipo de cama
	CATEGORIA GENERAL: Lencería
	CLASIFICACION: Lencería de cama
	CATEGORIA: Sabanas
	DESCRIPCION Y USO
	Sabanas, según corresponda el tamaño de cada cama
	ESPECIFICACIONES TECNICAS
	LARGO MINIMO: 1.90cm
	ANCHO MINIMO: 80 cm
	COLOR: Variados
MATERIAL: Algodón 50% genero	
VIDA UTIL MINIMA: 5 años	
REQUERIMIENTOS TECNICOS	
Telas de motivos infantiles, mujeres y hombres, sin manchas, ni decoloración. Verifique que las costuras de las sabanas no presenten los siguientes defectos:	
<ul style="list-style-type: none">❖ Telas recogidas a causa de mala costura❖ Orificios en las telas❖ Saltos o escases de puntada, fallo en la costura donde una puntada es mas larga generando orificios en las uniones❖ Puntadas torcidas❖ Antialérgica y anti ácaros❖ Puntadas sueltas por tensión insuficiente de hilo o inadecuado ajuste de puntada	
REQUERIMIENTOS DE SEGURIDAD	
Evite cobijar completamente si es un niño, podría asfixiarse	
REQUERIMIENTO DE SALUBRIDAD	
Practicar el procedimiento de limpieza y desinfección para prevenir ácaros y malos olores	

5. Planeación Estratégica Generativa

5.1 Identidad Estratégica.

Tendidos Sweet Dreams, brinda a nuestros clientes productos de la más alta calidad a los mejores precios, somos la mejor oferta del mercado en material textil brindando beneficios a nuestros colaboradores, proveedores y a nuestro entorno en general.

5.2 Futuro Preferido

Tendidos Sweet Dreams, en el 2023 Seremos sinónimo de textiles de moda y vanguardia para los mercados de confección, lograr el reconocimiento nacional como la

empresa textil colombiana por excelencia, alcanzar los niveles de presencia, participación e imagen en el mercado, así como la productividad, eficiencia y calidad que posibiliten la sostenibilidad y crecimiento de la empresa.

5.3 Objetivos empresariales

5.3.1 Objetivo General

Ser una empresa especializada en la elaboración de ropa de cama, con los mejores estándares de calidad, alcanzando una participación significativa en el mercado nacional contribuyendo de esta manera con el crecimiento económico.

5.3.2 Objetivo específicos

- Contar con una administración eficiente que les permita optimizar el uso de sus recursos para poder posicionarse en el mercado como líderes en preferencia del consumidor.
- Obtener un amplio grupo de clientes.
- Satisfacer al cliente.
- Ser reconocido en el mercado nacional.
- Crecer en los mercados de los textiles.
- Realizar un estudio de mercado de la industria textil

5.4 Valores corporativos.

Nuestra Organización sustenta su accionar en función a los siguientes valores:

- **Respeto**

Respetamos y valoramos a todas las personas en la empresa, por ello cumplimos con las normas y políticas internas, velando por el buen clima laboral

- **Calidad**

Buscamos la calidad integral de nuestros colaboradores, procesos y productos, de acuerdo a las actuales exigencias del mercado y la globalización

- **Innovación**

Somos abiertos a los cambios, buscamos la mejora continua y diferenciación competitiva a partir de la investigación, análisis y creatividad

- **Trabajo en Equipo**

Ponemos a disposición del equipo nuestra confianza, talentos y entusiasmo para alcanzar los objetivos comunes con resultados superiores.

- **Responsabilidad**

Estamos comprometidos con el uso racional y responsable de los recursos, generando productos que mejoren la calidad de vida de nuestros colaboradores, clientes, sociedad y el cuidado del medio ambiente, a través del crecimiento económico y competitividad de nuestra empresa

6. Análisis del Macro entorno

PESTEL	
Político	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de comercio exterior • Políticas de impuesto • Leyes protección del consumidor
Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Eliminación de fronteras, apertura del mercado • Desempleo • Tasa de inflación • IVA que afecte mis productos
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento en la compra de ropa de cama • A la gente le gusta los buenos diseños
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • La creciente confianza de los consumidores en las compras por internet, ha hecho que surja un nuevo canal de ventas y una oportunidad de crecimiento. • La innovación en los mercados está llevando los sectores a avances en la tecnología que permite una mayor rapidez en la logística y en la distribución. •
Ecológico	<ul style="list-style-type: none"> • Leyes de protección del medio ambiente • Legislación sobre el reciclaje • Eliminación de desechos • Capacitaciones sobre el cuidado del medio ambiente
Legal	<ul style="list-style-type: none"> • Legislación laboral • Salud y seguridad • Leyes de competencia • Licencias para desarrollar dicha actividad

6.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER

- **1. poder de negociación del cliente:** Aprovechar el nivel de negociación, ya que nuestros clientes son pequeñas empresas y no tenemos un mercado muy amplio, compitiendo con precios asequibles, calidad para la satisfacción del cliente.

- **2. poder de negociación del proveedor:** crear lealtad en los proveedores, premiando a los que entreguen los mejores insumos, en calidad y puntualidad. Además mediante políticas de pagos organizadas y motivación constante al continuo mejoramiento para que no se retiren de nuestra organización.
- **3. amenaza de nuevos competidores:** Crecimiento de inversiones en el sector textil, llegada de nuevas empresas, inversiones para ser más competitivos, canales de distribución e invertir en nueva tecnología.
- **4. amenaza de productos o servicios sustitutos:** la empresa no cuenta con una gran variedad de productos, se podría ingresar al mercado una variedad de productos sustitutos son bajos o menores que los de los productos existentes, hay poca lealtad en los consumidores.
- **5. rivalidad entre los competidores existente:** establecer estrategias, identificando las debilidades que tengan nuestra competencia.

7. Conclusiones

Contar con una administración eficiente que les permita optimizar el uso de sus recursos para poder posicionarse en el mercado como líderes en preferencia del consumidor creciendo como empresa en los mercados textiles

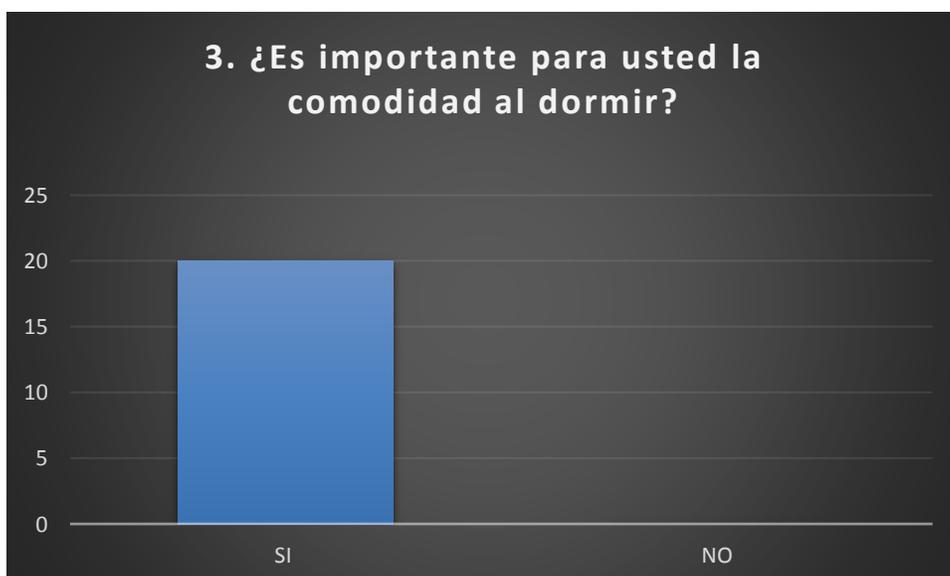
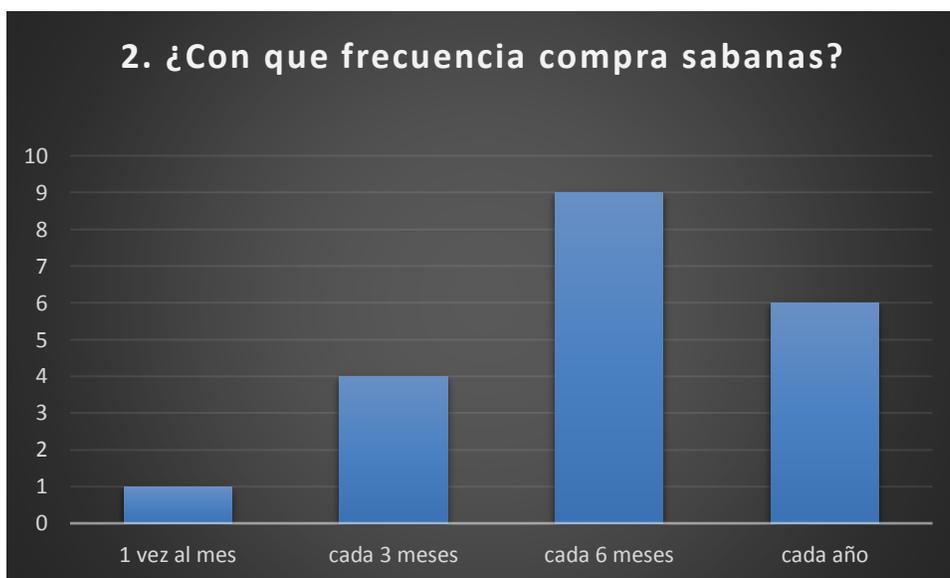
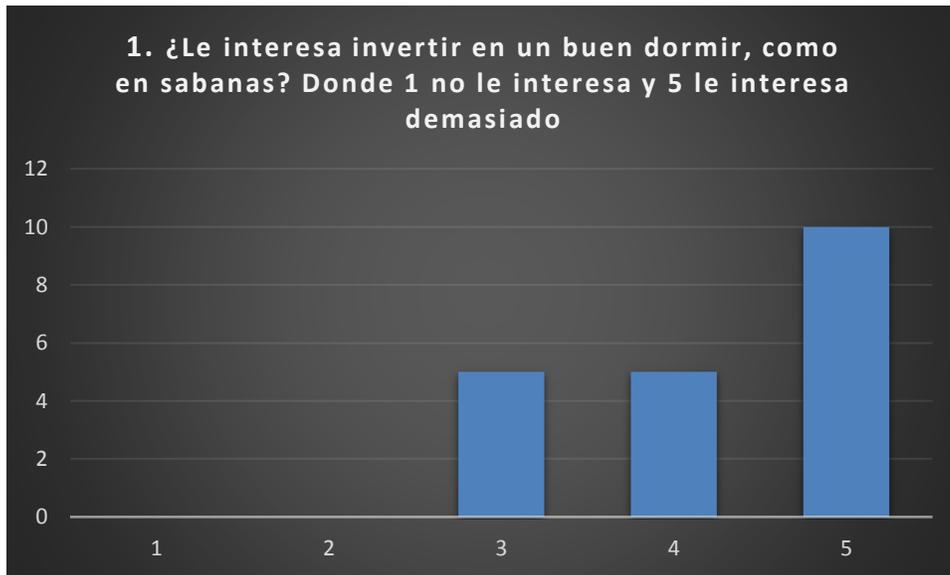
Contaremos con estrategias para el crecimiento de nuestros clientes y crecimiento de la empresa en el mercado teniendo en cuenta que esta se encontrara en la ciudad de Bogotá inicialmente, contando con capacidad de abarcar nuevas ciudades.

Implementar la tecnología en la empresa para un crecimiento organizacional y un mejor desarrollo en el área de producción.

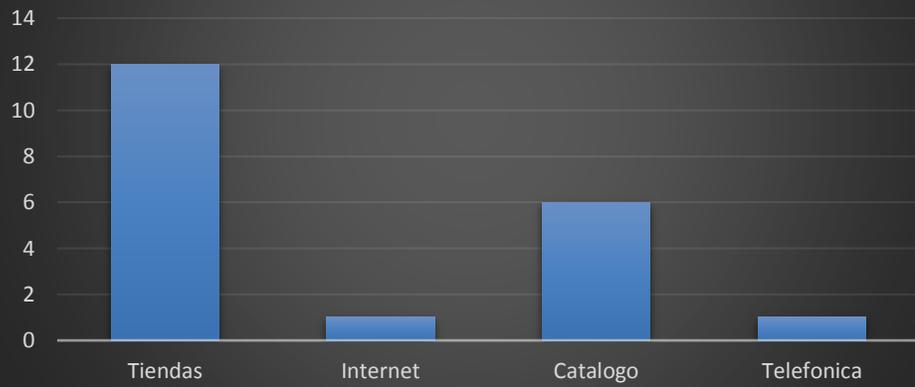
8. Bibliografía

- <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4623/1/UPS-ST000626.pdf>
- <https://es.scribd.com/doc/81539008/Mision-Vision-Objetivos-Valores>
- <https://www.youtube.com/watch?v=1pJYtxpmCNE&t=23s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=vmCkFtEo7co>
- <https://prezi.com/7e3yhty7fa5k/5-fuerzas-de-porter-alpina/>

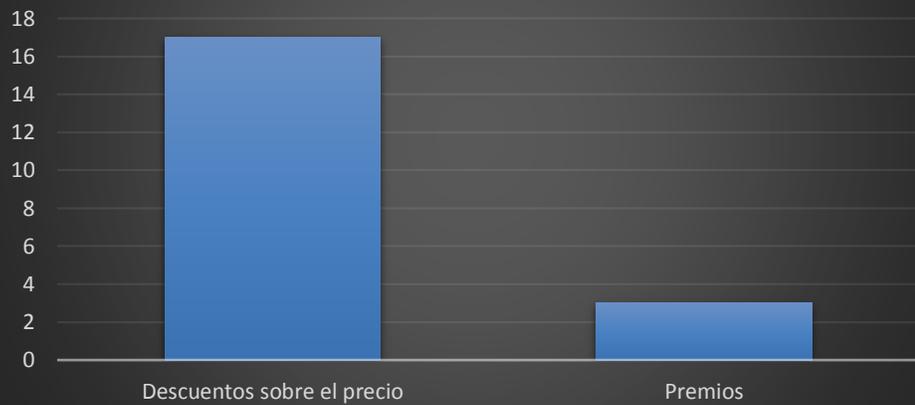
ANEXOS



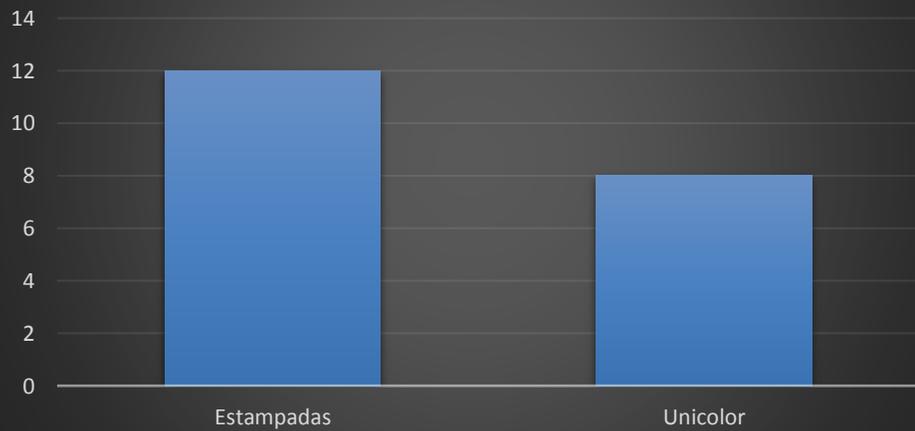
4. ¿Cómo prefiere realizar la compra de sus sabanas?



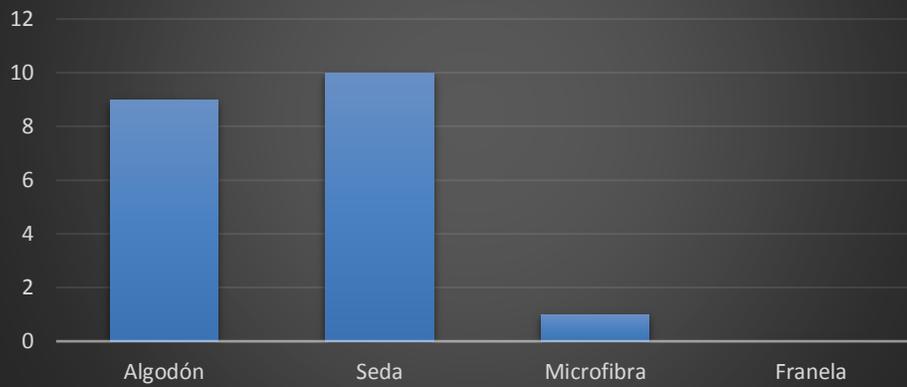
5. ¿Qué tipo de ofertas le parecen atractivas de comprar un producto?



6. ¿Cómo prefieres las sabanas?



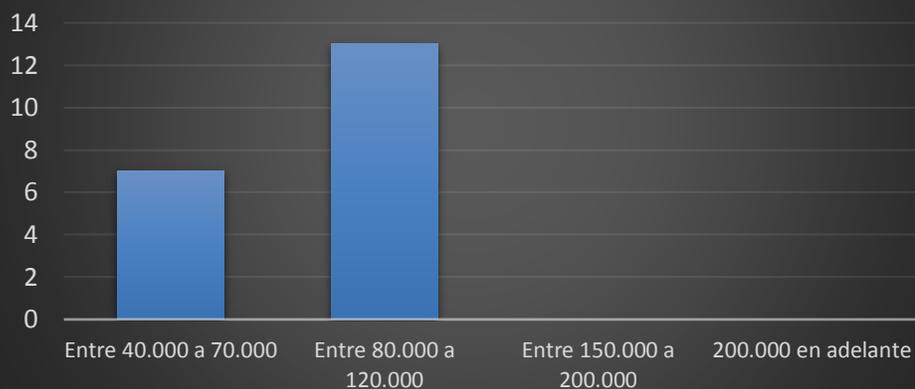
7. ¿Qué tipo de tela prefieres para las sábanas?



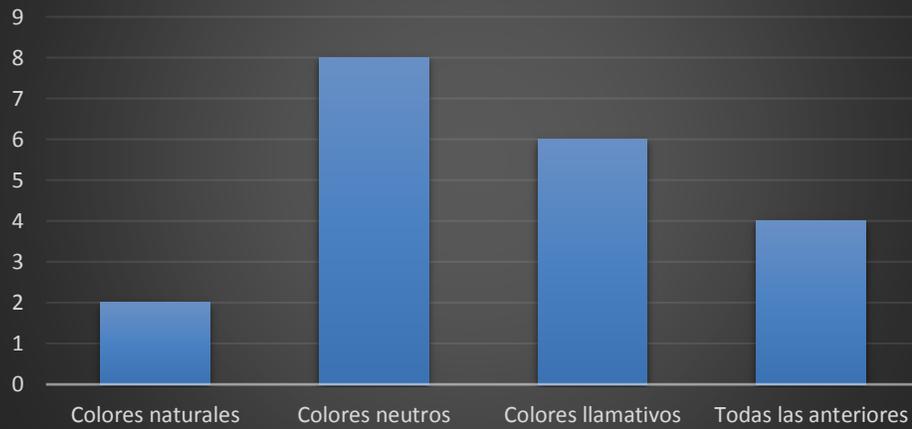
8. ¿Qué tiene en cuenta a la hora de comprar sábanas?



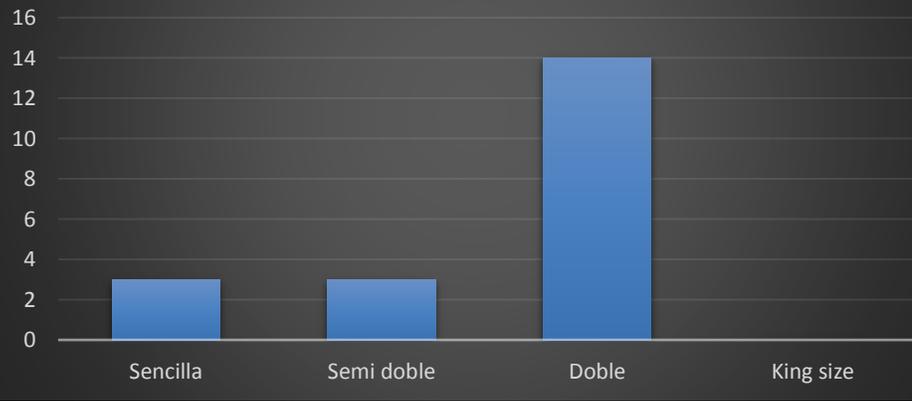
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una sábana?



10. ¿Qué colores prefieres utilizar?



11. ¿Qué tipo de cama utiliza normalmente?



12. ¿Cuál de los siguientes nombres le llama más la atención?

