



**ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN A TRAVÉS DE UNA NUEVA
LÍNEA DE PRODUCTOS RECICLABLES EN LA EMPRESA A&Y
CONFECCIONES.**

MARÍA VIVIANA RUBIO BELTRÁN

MG. JORGE GIRALDO CAMACHO

**DIRECCIÓN NACIONAL UDCII
UNIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA
INVESTIGACIÓN Y LA INNOVACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO**

27 de noviembre 2020



TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA	1
INTRODUCCIÓN	3
2. JUSTIFICACIÓN	5
3. ESTADO DEL ARTE	7
Investigaciones Internacionales	7
Investigaciones Nacionales	9
4. OBJETIVO GENERAL	11
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
5. MARCO TEÓRICO	12
6. METODOLOGIA	17
Enfoque Cualitativo	17
Enfoque Mixto	17
Diseño de la Investigación	18
Población o muestra	19
Técnicas de investigación	20
Instrumentos para la recolección de información	21
7. RESULTADOS Y ANÁLISIS	22
8. CONCLUSIONES Y LOGROS	41
9. BIBLIOGRAFÍA CITADA	45
ANEXOS	47



1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

La empresa A&Y Confecciones, es una empresa ubicada en Bogotá dedicada a la fabricación y comercialización de varias líneas de negocio, en las cuales se encuentran pantalones, blusas, leguins, gabanes, batas e incluso uniformes para instituciones de educación.

El objetivo principal es diseñar una estrategia de diversificación a partir del material reciclable de la empresa A&Y Confecciones.

La ventaja principal del proyecto radica en la reducción de los costos, porque esta se realizará a través de material reciclable. La segunda ventaja radica en los diseños ofrecidos puesto que, se implementarán modelos exclusivos para los clientes. Es importante aclarar que la empresa no cuenta con los lineamientos de conciencia empresarial dirigidas al medio ambiente para el manejo adecuado de los residuos de la compañía.

Al generar tantos desechos se determina que la materia prima no es aprovechada correctamente, lo cual genera posibles sanciones para la empresa. Es importante realizar una correcta eliminación de estos desechos, de no realizarse así se perjudica de manera agresiva al medio ambiente a consecuencia de que, estas telas no tienen un ciclo correcto de producción o una economía circular en estos textiles.

PALABRAS CLAVE.

Estrategia, organización, diversificación, reciclar.



ABSTRACT.

The company A&Y Confections, is a company located in Bogotá dedicated to the manufacture and commercialization of several lines of business in which are pants, blouses, leggings, overcoats, gowns and even uniforms for educational institutions.

The main objective is to design a diversification strategy based on recyclable material from the company A&Y Confections.

The main advantage of the project lies in the reduction of costs since this will be carried out using recyclable material. The second advantage lies in the designs offered since exclusive models will be implemented for customers. It is important to clarify that companies do not have the guidelines for business awareness directed to the environment for the proper management of company waste.

By generating so much waste, it is determined that the raw material is not used correctly, therefore, penalties for the company are possible. It is important to carry out a correct disposal of these wastes, in no way doing this is aggressively damaging to the environment since these fabrics do not have a correct production cycle or a circular economy in these textiles.

KEY WORDS

Strategy, organization, diversification, recycle.



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo establecer el adecuado manejo de los productos reciclables, lo cual se puede definir como una idea eficaz para la producción en las compañías textiles. Por tal motivo se plantea implementar el ciclo apropiado de las prendas en la compañía A&Y confecciones. Las principales características figuran en brindar a la organización un mejor aprovechamiento de los recursos en una industria y la disminución de costos en la nueva línea a implementar.

Para analizar más a profundidad esta problemática es importante mencionar sus principales causas, las cuales se enfocan en las grandes cantidades de recursos no renovables que son extraídas para el desarrollo de esta industria. Según Beatriz Vera escritora del Espectador afirma que la industria textil es la más contaminante a nivel mundial después del sector petrolero, por ello es fundamental establecer ciclos adecuados de producción y de esta manera contrarrestar el impacto ambiental. Igualmente, es importante que las compañías en la actualidad tomen conciencia sobre la prevención de la contaminación y la disminución de sus desechos, para mejorar la calidad de vida y tener mayor preservación del medio ambiente. Básicamente, lo que se busca es generar una industria circular, la cual beneficie no solo al empresario si no al medio ambiente.



En la actualidad los consumidores son más conscientes de su entorno, por eso buscan productos que sean amigables con el medio ambiente y organizaciones que sean socialmente responsables.

Debido a la gran cantidad de productos que se manejan en la organización son bastantes las telas que se pueden aprovechar en la nueva línea, no obstante, esto también permite tener más variedad para la implementación de la propuesta de negocio.

De esta manera la estrategia de diversificación cumple con la función de generar nuevos mercados y atraer nuevos clientes, sobresalir frente a la competencia y generar un posicionamiento no solo de los productos sino también de la marca.



2. JUSTIFICACIÓN

La empresa A&Y Confecciones, ha presentado problemas en la correcta manipulación de los desechos en el sector textil, por lo cual se quiere implementar una solución que permita el aprovechamiento de los residuos y favorezca no solo a la organización sino al medio ambiente. Asimismo, el siguiente proyecto aporta una estructura bastante sólida, la cual se adaptará rápidamente a la estructura de la organización.

Por otra parte, se pretende reducir el impacto ambiental ocasionado por A&Y confesiones, puesto que en este momento sus residuos no son desechados correctamente y esto genera un impacto negativo en el entorno, el cual puede ser disminuido con la implementación de la línea de diversificación.

Posteriormente se busca ampliar las líneas de negocio, estableciendo productos como: cojinería, tapetes, cobijas y delantales para el hogar a través de los desechos de las líneas principales, de esta manera se desarrollan clientes potenciales que pueden incrementar el volumen de las ventas y por ende la rentabilidad de la misma.

Para llevar a cabo los estudios pertinentes del tema se toma como punto de partida el método de investigación bibliográfica, para poder trabajar con el contenido necesario y poder llevar a la práctica dicha teoría, y aquellos instrumentos como encuestas.



La investigación y posterior implementación de la estrategia de diversificación permitirá mejorar el desarrollo de las actividades operacionales de la empresa y de los miembros que se involucran en ella, esto no solo contribuye al desarrollo de la ciudad sino mejora la calidad de vida de los habitantes de la localidad con el adecuado manejo de los desechos sólidos.

Teniendo en cuenta que el proyecto es a partir de material reciclable, facilita considerablemente la disponibilidad de los recursos económicos y los materiales, esto hará que la investigación se realice en el menor tiempo posible, teniendo debidamente registrados los procesos realizados.

Para el desarrollo de dicha estrategia se piensa realizar un estudio dentro de los clientes potenciales y determinar sus gustos y preferencias en el momento de comprar accesorios para el hogar, determinando si la estrategia es viable para la compañía o, por el contrario, perjudicaría la estabilidad actual de la empresa a causa de que, no solo se busca generar un ciclo adecuado de los desechos si no también generar rentabilidad y empleo en la organización.

3. ESTADO DEL ARTE

A continuación, se presentan diferentes investigaciones desde el campo internacional hasta el campo nacional, relacionándolos con el tema a tratar de este proyecto, estrategias de diversificación a través de productos reciclables, como conceptos principales del presente trabajo.

Investigaciones Internacionales

(Galván, 2017) realizó la investigación de *Estrategia de diversificación empresarial en México: un análisis de valor* en el que da a conocer las estrategias de diversificación corporativas y como estas obtienen alternativas de crecimiento y valores positivos para las compañías. Igualmente, los resultados obtenidos muestran que las estrategias de diversificación pueden tener efectos tanto de valor como de destrucción ya que, los ingresos comienzan a caer en un punto donde se alcanza el óptimo. Por tanto, las empresas deben ir más allá de su límite de eficiencia, logrando gozar de las ventajas y los beneficios de la diversificación.

De igual manera (Guillén, 2018) realizó la investigación de *Diversificación e inversión en nuevos negocios innovadores* en la que describe la diversificación empresarial como una alternativa estratégica a la transformación de los sectores tradicionales.

Los resultados obtenidos mostraron que la diversificación implica combinar nuevos productos y nuevos mercados para obtener una ventaja competitiva.

A través de esta investigación se identificó que no es importante el tamaño de la empresa para poder realizar una estrategia de diversificación en vista de que, no es un problema de tamaño ni de recursos, sino que siempre abarca más a un tema de mentalidad y pensamiento estratégico por parte de las personas que dirigen y toman las decisiones en las empresas.

(Arriaga, 2018) el *Análisis de estrategias de inversión de diversificación internacional: portafolios tradicionales vs ETFs* tiene como objetivo analizar y comparar estrategias de diversificación internacional de cuatro diferentes países como: Alemania, Reino Unido, Estados Unidos y México en las que prioriza los portafolios de inversión pues, les permite la diversificación del riesgo y la maximización del rendimiento, con el objeto de diversificar el riesgo de cada mercado.

Los resultados de la investigación proporcionan información para comparar las estrategias no solo de innovación sino las estrategias de inversión a la hora de implementar una nueva línea de producción, con la finalidad de comprobar que estrategias de inversión son más rentables y adecuadas.

Investigaciones Nacionales

(Fabian, 2017) realizó la investigación *Reutilización de material reciclable en el diseño de juguetes*, la cual busca reutilización de material reciclable en el diseño y construcción de juguetes, con la finalidad de aportar a la solución de problemáticas como la contaminación ambiental y su relación directa con la falta de una cultura de cuidado del medio ambiente.

A través de esta investigación se logró adquirir conocimiento sobre la caracterización de los materiales reciclables y como estos se pueden volver a reutilizar, resaltando la importancia del reciclaje en el área empresarial para que logren involucrarse en nuevos mercados o captar a nuevos clientes.

De igual manera (Daudén, 2020) permite conocer acerca de los nuevos proyectos que se están implementando en el campo de la arquitectura y la ingeniería una vez que, incorporan materiales reciclables en el interior de casas, apartamentos y hoteles. Asimismo, se evidencia la reducción del impacto ambiental y el compromiso que tienen con los procesos de reciclaje para un futuro más sostenible y responsable.



Los resultados que se obtuvieron permiten evidenciar los proyectos encaminados hacia el fortalecimiento de las cadenas de valor. Se plantea como objetivo principal,

fortalecer la postura al reciclaje por medio de proyectos encaminados a las innovaciones en materia de reciclaje. Igualmente, lograr que las empresas tengan una postura responsable y se logre combinar el crecimiento económico con la preservación del medio ambiente.

De acuerdo al análisis realizado al estado del arte, las estrategias de diversificación son de gran utilidad para brindar a las organizaciones un mejor aprovechamiento de los recursos debido a que, con la implementación de una diversificación bien empleada se aumentan notablemente las posibilidades de beneficios económicos. Asimismo, brindara una buena oportunidad para incursionar en otros mercados.

4. OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de diversificación a partir del material reciclable de la empresa A&Y Confecciones.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Diagnosticar la relevancia del material con el que se va a fabricar la nueva línea de diversificación.

Analizar cuál es la mejor alternativa de publicidad para la nueva línea de negocio.

Examinar las necesidades de los clientes, con la alternativa de personalización de los productos.

Proponer cuáles son los productos que se van a implementar en la nueva línea de A&Y confecciones.

5. MARCO TEÓRICO

Es inevitable no hablar sobre las nuevas tendencias ya que, representa una parte muy importante para el sector económico. Sin embargo, en la actualidad este tipo de industrias son muy contaminantes. Después de todo, es uno de los principales problemas del medio ambiente.

Lo cierto es que la moda tiene un alto precio contaminante. La industria textil es considerada como la segunda más contaminante de la tierra después de la petrolera, dado que, esta produce aguas residuales y altas emisiones de carbono según un comunicado de la ONU. (Vera, 2018).

Esto indica que el desarrollo industrial ha ocasionado un aumento del consumo de bienes y servicios, logrando un deterioro y un agotamiento de los recursos naturales. Por lo tanto y ante esta situación, se busca mejorar el modelo de producción de la empresa A&Y Confecciones, logrando estrategias de publicidad y promoción para incrementar el volumen de ventas. Asimismo, tener en cuenta que una buena estrategia llevará a la PYME, a tener grandes posibilidades de mantenerse en el mercado y obtener mayores rendimientos, esto solo se logrará si se brindan los recursos necesarios para el proyecto. Igualmente, tiene el



reto de competir con empresas locales que desarrollan productos para el hogar, pero sin el valor agregado ofrecido por A&Y Confecciones.

Este proyecto está construido a través de algunas estrategias que son determinantes como lo son: el producto o servicio elegido, la decisión de brindar productos novedosos, detectar si se quiere comenzar con una masa de mercado o un nicho de mercado y por supuesto el alcance del producto en el territorio. Además, teniendo en cuenta las estrategias adecuadas llegaremos al éxito de la organización pues, definiremos no solo a los clientes sino también a la competencia, a que población llegara el producto, la decisión de ser innovadores y por supuesto el alcance del producto a servicio.

Se determina que la línea de investigación está basada en la gestión de la innovación puesto que se quiere desarrollar nuevos productos a partir de material reciclable. Teniendo claro que la innovación es crear ideas originales que añadan valor tanto para el cliente como para la organización. Igualmente, conseguir una ventaja competitiva para la empresa A&Y Confecciones a través de la innovación.

Por otra parte, es importante contar con un plan de mercado que permita incrementar la comercialización de la nueva línea de diversificación. Igualmente, tener en cuenta factores como: tipo de negocio, posicionamiento en el mercado actual, tipo de mercado, la cobertura y el costo de distribución, entre otros.



Es indispensable conocer los objetivos de la organización y las labores que se van a realizar para el cumplimiento de los mismos. Por medio de un plan de mercados las empresas estudian sus posibilidades para afrontar el nuevo mercado y de esta manera adelantarse a sucesos futuros que no van a favorecer a la compañía.

Las estrategias de diversificación ayudan a beneficiar no solo a la empresa sino a los clientes porque, estos son los que determinan la expansión y el crecimiento de la organización, teniendo en cuenta el desarrollo del producto o servicio en los nuevos mercados sin dejar de lado los actuales. (Sanchez, 2020).

Cuando se usan las estrategias de diversificación las empresas podrán llegar a otros mercados y pueden aprovechar nuevas oportunidades de negocio.

Estas estrategias son muy usadas por las empresas que tienen como objetivo el crecimiento. Las estrategias de diversificación se diseñan e implementan cuando las empresas buscan lograr expansión y crecimiento. La manera sobre cómo pueden hacerlo es diversificando en negocios relacionados si quieren aprovechar la similitud de las empresas en los procesos de consumo, producción o comercialización. (Quiroa, 2020)



Los gerentes pueden determinar y establecer una estrategia de diversificación, y determinar si esta disminuye el capital de la organización en vista de que, si la estrategia se maneja adecuadamente esta traerá grandes rendimientos en un futuro, de no ser así puede que exista un déficit en la estrategia por lo cual es recomendable replantearla y hacer las respectivas mejoras o si es caso eliminarla de la organización. Es por ello, que el gerente debe estar en la capacidad de tomar las decisiones más convenientes para la compañía.

Sucede con gran regularidad que las empresas se cuestionen como enfrentar a su competencia, teniendo en cuenta que en la actualidad existe un mundo tan globalizado y con tantos cambios. Para poder tomar decisiones adecuadas es necesario contar con estrategias gerenciales adecuadas, por ello es necesario aprovechar la oportunidad que se presentan siempre y cuando estas no se conviertan en amenazas. Las épocas difíciles y de carencias demuestran la capacidad de los gerentes para convertir los recursos en fortalezas.

Es fundamental establecer estrategias que muestren una compañía competitiva y que supla la necesidad de la demanda actual del mercado. Se busca dirigir una mirada externa como interna y de esta manera identificar cuáles son las fortalezas y debilidades como empresa (Ortega, 2019).

Contando con una buena estrategia de diversificación se aumenta la posibilidad de extender las actividades de la empresa A&Y Confecciones, mejorando el rendimiento de la misma y cautivando a nuevos clientes, sin dejar de lado las líneas anteriores y con ello



hacer un desarrollo conjunto para beneficio de la organización. Asimismo, crear una diversificación relacionada la cual, como su nombre lo indica tiene relación con los anteriores productos de la organización, esto con el fin que se aprovechen las actividades nuevas y las ya existentes.

La diversificación relacionada es una de las tantas estrategias de diversificación, la cual consiste en combinar dos o más tácticas establecidas para una problemática empresarial, al unir las se considera que tendrán más éxito de manera conjunta que por separado, esta táctica es más frecuente en el área comercial y de producción. (apd, 2019).

Por otra parte, es importante conocer el valor que tiene el reciclaje puesto que, se considera más costoso generar productos nuevos que proporcionarlos a través de materiales reciclables. Por tanto, la economía circular es una alternativa fiable para desarrollar una nueva línea para la empresa A&Y Confecciones en vista de que, se quiere brindar una nueva vida útil a las telas que son desechadas de una forma más sustentable. Esto implica diseñar para una nueva fabricación y por su puesto reciclar. A través de un proceso de desarrollo de nuevas competencias, nuevas estrategias, conocimientos y habilidades por parte de la organización.

6. METODOLOGIA

Enfoque Cualitativo

De acuerdo al presente trabajo investigativo, corresponde a seleccionar y aplicar el Estudio de Caso debido a las siguientes razones:

Las bases del Estudio de caso permitirán que el análisis se enfoque en la investigación de tal forma que permita desarrollar la problemática de la empresa A&Y Confecciones específicamente en el incremento de las ventas aportando nuevas líneas de negocio. La orientación del proyecto está fuertemente apoyada por el principio de que nada se mantiene constante en el mundo empresarial, esto permitirá profundizar en las problemáticas establecidas en el objeto de estudio y hallar la alternativa más apropiada para establecer la estrategia adecuada. También, identificar el rango de los clientes potenciales, logrando hacer la organización más competitiva en el mercado.

Enfoque Mixto

Para desarrollo del proyecto, el enfoque mixto brinda una gran cobertura teniendo en cuenta que el enfoque cualitativo ofrece el análisis de los clientes ya existentes y explora



los clientes potenciales de la empresa. Igualmente, Interviene en el desarrollo que representa los resultados de la investigación.

Desde el punto de vista cuantitativo se enfoca en la recolección de datos numéricos obtenidos de las encuestas realizadas y de esta manera poder seleccionar la mejor estrategia de diversificación para la empresa.

El método de investigación es de índole deductivo considerando que, parte de lo general a lo específico, aplicando encuestas a los clientes por medio correo electrónico para determinar cuáles serán los diseños de la nueva línea de producción y poder traer mayores ingresos a la organización.

Diseño de la Investigación

Este estudio permitirá obtener de manera práctica y ordenada la información de la investigación requerida y de esta manera conseguir los objetivos planteados. Dadas las características propuesta, lo más indicado es realizar una recolección de datos la cual, que indique la satisfacción que presentan los clientes hacía los productos de la nueva línea de diversificación, de allí podremos obtener mediciones numéricas. Igualmente, esto permitirá delimitar el alcance del estudio.

El cuestionario se planteará de acuerdo al tipo de investigación seleccionado, para la recolección de la información se utilizará como fuente primaria la encuesta, esta servirá como medio de comunicación entre el investigador y el sujeto de estudio. Una característica de dicho cuestionario es que es auto gestionado, porque, se proporcionara directamente a los participantes de la muestra determinada y ellos mismos marcan la respuesta más acorde a la satisfacción de sus intereses sin necesidad de intermediarios, lo cual será oportuno para el desarrollo de la investigación dado que, es utilizado para la obtención de la información a partir de la muestra de los elementos de una población.

Población o muestra

Para realizar la primera encuesta se toma una población de 384 personas entre los 20 y los 60 años, tanto hombres como mujeres pertenecientes a la ciudad de Bogotá y que sean consumidores de accesorios para el hogar o que puedan llegar a adquirir el producto. La segunda encuesta va dirigida a consumidores de productos para el hogar ya sean hombres o mujeres de la ciudad de Bogotá en un rango de edad entre los 31 y los 40 años con ingresos no superiores a los dos salarios mínimos puesto que, este rango de edad es el más frecuente en la primera encuesta, es así como buscamos satisfacer las necesidades de esta población.

Por otra parte, se decide que es una población infinita y la segmentación de mercado se determinó de la siguiente forma:

$$Z = 95\% = 1.96$$

$$P = 0,50$$

$$q = 0,50$$

$$e = 5\% \rightarrow 0,05$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 + 0,50}{0,052}$$

$$n = 384$$

Técnicas de investigación

La técnica principal a emplear es la investigación de campo, la cual se obtendrá recolectado información y datos directamente de la empresa A&Y Confecciones. Esto con el fin de conocer más a fondo las características de los nuevos productos y la población a la cual va a ser dirigidos. Esto permitirá profundizar en las necesidades a satisfacer y proponer nuevas alternativas para cumplir los objetivos planteados. Otra técnica empleada fue análisis de documentos como se plantea en la bibliografía.

Se estudiaron las estrategias de diversificación a profundidad y las ventajas que se derivan cuando se aplican correctamente, se consultaron algunos libros, enlaces de internet y algunos informes referentes al tema.

Instrumentos para la recolección de información

Teniendo en cuenta las características del problema, se determina que la estrategia para la recolección de datos en la estrategia de diversificaciones es la siguiente:

Encuestas: Se realiza para determinar la opinión de un grupo seleccionado sobre algún tema determinado en este caso la nueva línea de diversificación. Esta es la fuente primaria para recolectar información, sirve para determinar el perfil de los clientes actuales y al mismo tiempo saber si pueden ser potenciales para la estrategia de negocio, analizaremos las posibles líneas de negocio y determinaremos los materiales más idóneos para realizar dichos productos.

7. RESULTADOS Y ANÁLISIS

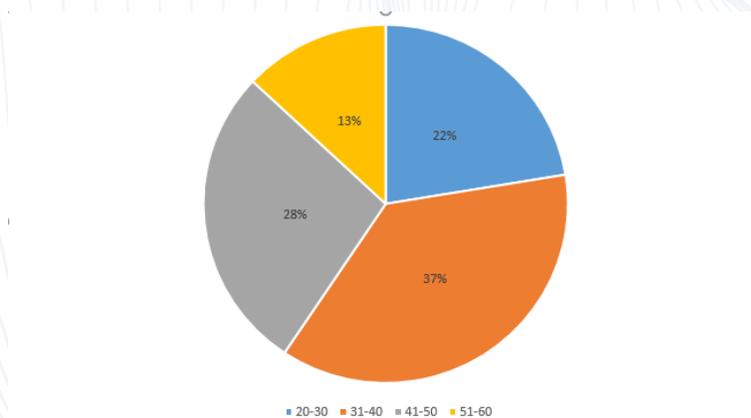
En las encuestas realizadas se toma una población de 384 personas entre hombre y mujeres con edades entre los 20 y los 60 años ubicadas en la ciudad de Bogotá. La primera encuesta consta de diez preguntas y la segunda de ocho, las cuales ayudaran a determinar la importancia de la nueva línea de diversificación, si esta va a ser de su agrado o por el contrario la idea es rechazada por los encuestados. También se quiere determinar su consumo en productos para el hogar y cuáles de ellos son de consumo más frecuentes, esto con el fin de establecer los productos que se van a fabricar y que van a tener más acogida en el mercado.

Se quiere conocer la apreciación de los clientes potenciales en cuanto al producto a desarrollar y cuáles de estos pueden elevar el volumen de las ventas. También se busca saber cuál de los medios de comunicación será el más conveniente para la nueva línea y precisar si la implementación de una página web para la personalización de los productos sería de utilidad ente los compradores.

Encuesta # 1

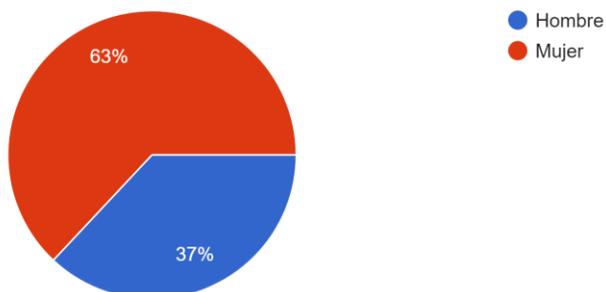
Encuesta (accesorios para el Hogar)

Edad - 384 Respuestas.



De las 384 personas encuestadas el mayor rango de edad se encuentra entre los 31-40 años con un total de 142 personas, seguida por 41-50 con 106 y las dos más bajas son 20-30 con 86 y 51-60 con 50 individuos. Esto con el fin de hacer una segmentación por edad de las personas que son encuestadas.

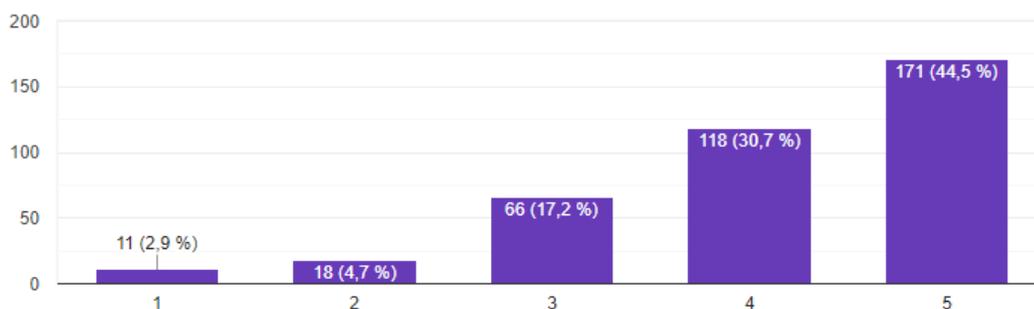
Genero
384 respuestas



De las personas encuestadas contamos con el 63% mujeres correspondientes a 242 y 37% corresponde a 143 hombres. De igual forma los datos ayudan a determinar una segmentación de mercado para identificar hacia que genero debemos inclinar la publicidad de los productos.

¿Considera que los accesorio para el hogar son importantes?

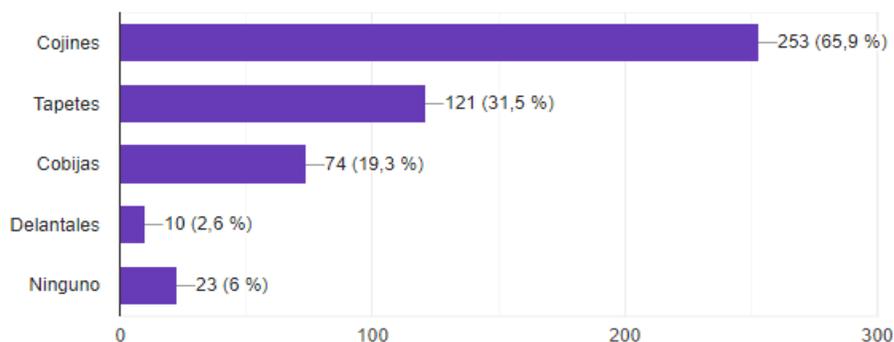
384 respuestas



El 44,5% de los encuestados que corresponde a 171 personas indica que son de importancia los productos para el hogar. Mientras que tan solo el 2,9% que equivale a 11 personas indica que no son de su interes. Se determina que los productos para el hogar son de importancia para los encuestado.

¿En los últimos seis meses ha comprado alguno de los siguientes productos?

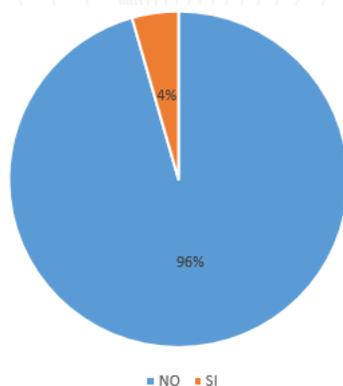
384 respuestas



Los encuestados determinan que el producto que más consumen son los cojines con 65,9% que corresponde a 253 personas seguida de los tapetes con 31,5%, cobijas equivalentes a 19,3% con 74 personas y por ultimo delantales con 2,6% que corresponde a 10 personas. Estos datos son utilizados para determinar los elementos que van a tener una buena aceptación en el mercado y los que se van a descartar.

¿Conoce productos para el hogar que sean fabricados con materiales reciclables?

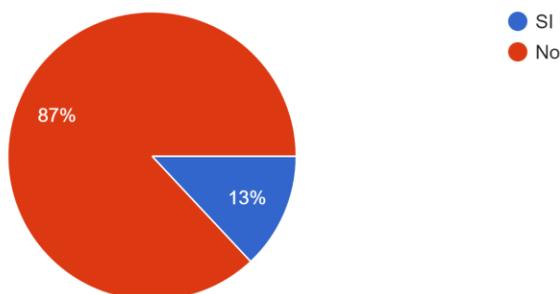
384 Respuestas



El 96% de los encuestado que equivale a 369 personas indica que no conoce productos para el hogar que se fabriquen a partir de material reciclable y tan solo el 4% que corresponde a 17 personas indican conocerlos. Los resultados muestran que los productos cuentan con el factor de innovación en el mercado.

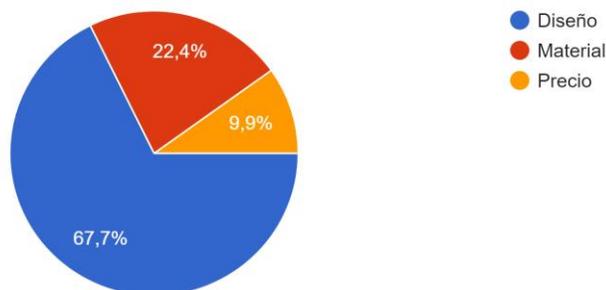
¿Considera usted que el hecho de trabajar con material reciclable de alguna manera desmejora la calidad de los productos?

384 respuestas



De las 384 personas encuestadas el 87% que equivale a 333 indica que el hecho de fabricar con material reciclable de ninguna manera desmejora la calidad de los productos, tan solo el 13% que corresponde a 51 personas indica lo contrario. Esto muestra que los productos tendrán buena aceptación en el mercado.

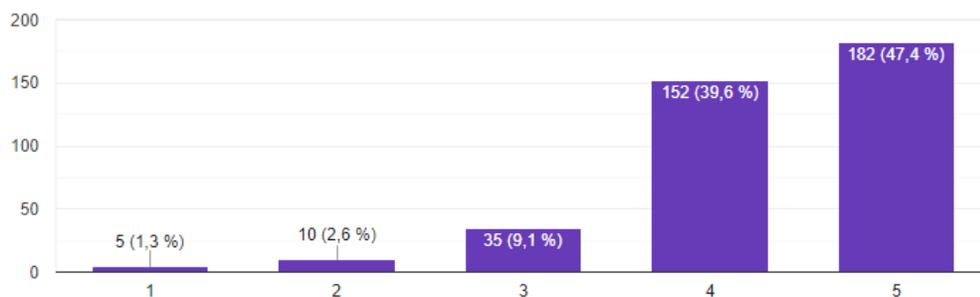
A la hora de comprar accesorios para el hogar fija su decisión en:
384 respuestas



A la hora de comprar productos para el hogar el 67,7% de los encuestados que equivale a 260 personas precisa su decisión en el diseño de los productos. Mientras que el 22,4 % que equivale a 86 personas fija su decisión en el material, y tan solo el 9,9 % que corresponde a 38 personas en precio. Esta información es importante para la elaboración de la línea y para las estrategias de publicidad que se van a emplear.

Es de su agrado que una empresa trabaje con materiales reciclables para la elaboración de sus productos.

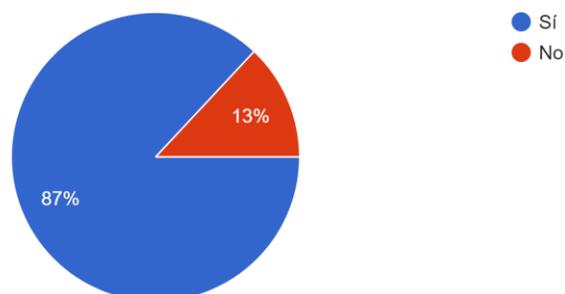
384 respuestas



De las 384 personas encuestadas el 47,4% que equivale a 182 personas determinan que es de su agrado que las compañía trabajen con material reciclable, y el 1,3% que corresponde a 5 personas opina lo contrario. Con ello determinamos que el factor de producto reciclable no va a presentar una desventaja en el mercado, por el contrario va a ser bien recibido por los usuarios.

Pagaría lo mismo por un producto fabricado a partir de material reciclable que por uno totalmente nuevo.

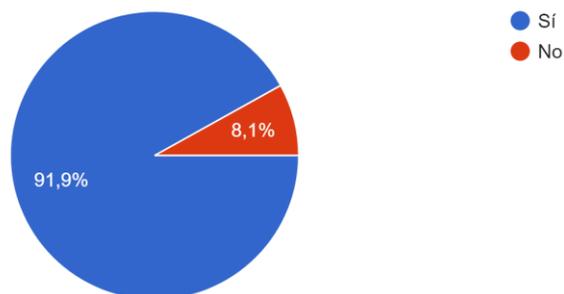
384 respuestas



El 87% de los encuestados que corresponde a 334 personas indicaron que pagarían lo mismo por un producto fabricado a través de material reciclable que por aquellos que no lo son, mientras que tan solo el 13% que equivale a 50 personas indica que no pagarían lo mismo. Con este margen podemos establecer que los productos tendrán el mismo valor en el mercado que los demás accesorios para el hogar e incluso agregar valor por el factor innovador.

¿Recomendaría una empresa que fabrica productos reciclables?

384 respuestas



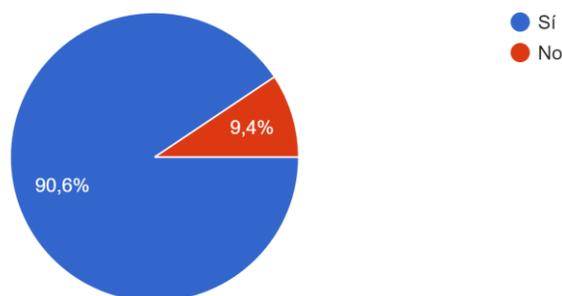
De las 384 persona encuestadas el 91,9% que corresponde a 353 personas manifiesta que recomendaría una compañía que trabaje con material reciclable, mientras que el 8,1% que equivale a 31 individuos indica que no lo haría. Con este indicador se comprueba que la estrategia daría a la empresa reconocimiento en el mercado y la haría sobresalir frente a sus competidores.

Encuesta # 2

Publicidad y Personalización de productos

¿Considera adecuado que las empresas textiles, reutilicen sus telas para la elaboración de accesorios para el hogar?

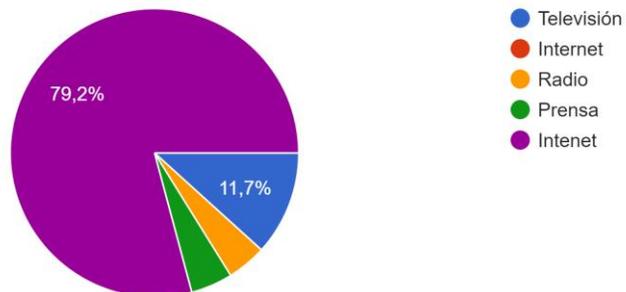
384 respuestas



De las 384 personas encuestadas 348 que corresponde al 90,6% considera que es bueno que las empresas textiles reutilicen sus desechos para la elaboración de otros productos, mientras que 36 personas el 9,4% no lo considera adecuado. Esto indica que las empresas que realizan ciclos productivos adecuados son del agrado de los consumidores.

¿Con cual de los siguientes medios de comunicación tiene mas contacto ?

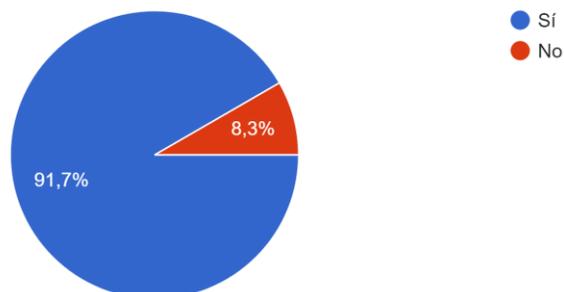
384 respuestas



De las personas encuestadas 304 que corresponden al 79,2% indica que el medio de comunicación con el que tiene más contacto es internet, seguido de la televisión con 45 personas con 11,7%. Los más bajos son prensa con 4,7 que equivalen a 18 personas y radio con 4,4 con tan solo 17 personas. Esto indica que el medio de comunicación por el cual se va a difundir la nueva línea de la empresa A&Y confecciones es internet.

¿ Sería de su agrado poder personalizar sus accesorios para el hogar?

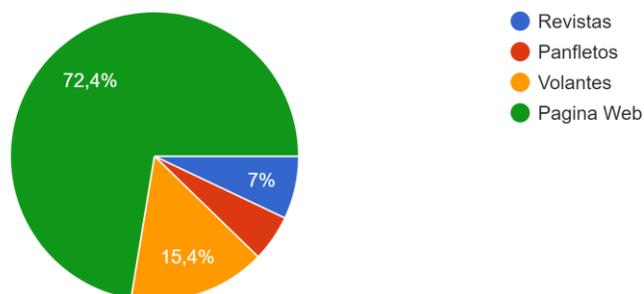
384 respuestas



De las 384 personas encuestadas el 91,7% de los encuestados que corresponde a 352 decide que es de su agrado poder personalizar sus accesorios para el hogar. Mientras que el 8,3% que equivale a 32 personas no lo encuentra de su agrado. Se determina que la idea de personalizar los accesorios es atractiva para los consumidores actuales.

De los siguientes medios de comunicación cual considera que es el mas adecuado para la publicidad de estos productos.

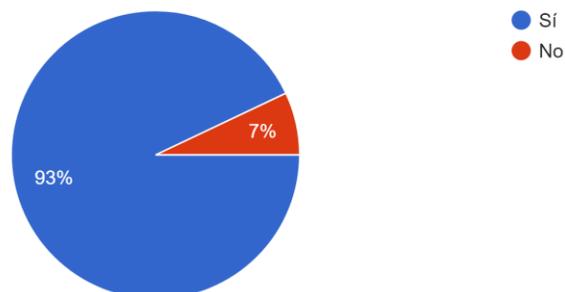
384 respuestas



Entre las personas encuestadas el 72,4% que corresponde a 278, sugieren que el medio más adecuado para línea es por medio de una página Web, mientras que el 15,4% con 59 personas precisa que será por medio de volantes. Los estándares más bajos están en revistas con 7% equivalente a 27 individuos y los panfletos con 5,2% que corresponde a 20 personas. Estos datos reafirman que la publicidad de los nuevos productos se realiza por medio de página web.

Pagaría mas dinero por la personalización de sus productos para el hogar.

383 respuestas

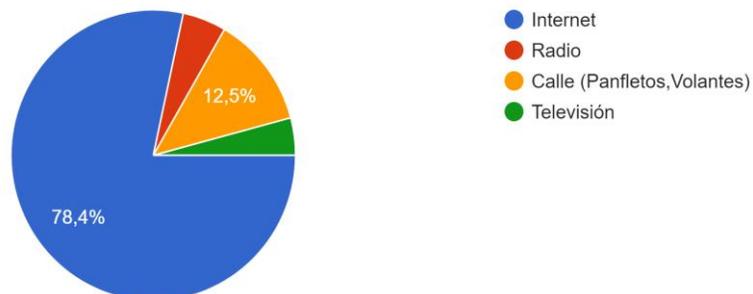


De las 384 personas encuestadas el 93% que corresponde a 357 asegura que pagaría más dinero por un accesorio si la compañía brinda personalización de los productos.

Mientras que el 7% con 27 individuos le es indiferente. Con esto se comprueba que la estrategia de personalización de productos tiene una acogida positiva en los consumidores.

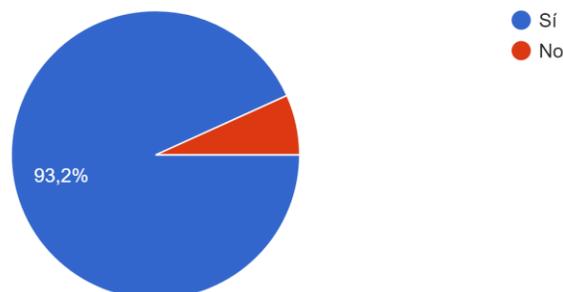
Por cual de los siguientes medios de comunicación recibe mas publicidad.

384 respuestas



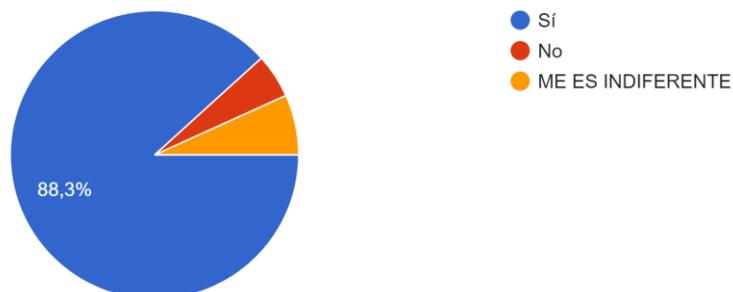
El 78,4% que corresponde a 301 de los encuestados indica que el medio de comunicación por el cual reciben más publicidad es internet, seguido de panfletos y volantes con un 12,5% con 48 personas. Televisión 4,9% con 19 y por último radio 4,2% con 16 personas. Es importante conocer el medio por el cual los usuarios actuales reciben más publicidad y de esta manera asegurar que lleguen a los clientes.

Considera que sería útil una página web que le permita personalizar y comprar sus productos.
384 respuestas



De las 384 personas encuestadas el 93,2% que corresponde a 358 indican que sería de utilidad la estrategia de implementar una página web para personalizar los accesorios y tan solo el 6,8% con 26 personas indica que no sería de utilidad. Con esto determinamos que la idea de implementar una plataforma para ayudar a los clientes a personalizar sus productos sería bien recibida por los usuarios.

Le gustaría que mas empresas tomaran la iniciativa de trabajar con material reciclable.
384 respuestas



De 384 encuestados se determina que el 88,3% que corresponde a 339 indicaron que les agrada la iniciativa de la organización de hacer reutilización de sus productos, el 6,8% con 26 usuarios afirmaron que no es de su agrado y tan solo el 4,9% con 19 individuos manifesto que le es indiferente. Con ello se afirma que la iniciativa de la organización es bien recibida por los clientes.

8. CONCLUSIONES Y LOGROS

Se evidencia que para el 44,5% de las personas encuestadas que corresponde a 171 personas indican es muy importante los accesorios para el hogar. Además, se determina que los productos a fabricar serían tapetes y cobijas dado que, los tapetes cuentan con un 31,5 % de demanda y las cobijas con un 19,3%. Asimismo, es claro que el producto más vendido de la nueva línea serían los cojines con un nivel de adquisición del 65,9% que corresponde a 253 personas. Por el contrario, se descarta la opción de fabricar delantales ya que, estos no tienen ninguna relevancia en la población encuestada.

Se establece que para los clientes potenciales no tiene ninguna relevancia el material con el que se elaboran los accesorios. Además, las personas no conocen productos para el hogar que sean fabricados a partir de material reciclable, lo cual representa una ventaja competitiva para la compañía, por que incorpora un factor de innovación y esto hará que la empresa tenga un reconocimiento en el entorno y sobresalga en el mercado.

Culturalmente el concepto de trabajar con materia reciclable es un tema que no es bien recibido por muchos, puesto que se cree que de cierta manera deteriora la calidad del producto. Sin embargo, en el análisis obtenido de la encuesta el 87 % que equivale a 333 individuos afirman lo contrario, dejando claro que para ellos la elaboración de los accesorios a base de dicho material no desmejora la calidad de los productos. Igualmente, se debe contar con una línea de diseños exclusivos dado que, a la hora de comprar el 68%



que corresponde a 260 personas fija su decisión en el diseño antes que en el precio y el material.

Por otra parte, es importante aclarar que las empresas no cuentan con los lineamientos de conciencia empresarial dirigidas al medio ambiente para el manejo adecuado de los residuos de la compañía, lo cual es una desventaja para las organizaciones porque en la actualidad los consumidores son más conscientes de su entorno, por eso buscan productos que sean amigables con el medio ambiente y organizaciones que sean socialmente responsables.

Las compañías en la actualidad deben tomar conciencia sobre la prevención de la contaminación y la disminución de sus desechos para mejorar la calidad de vida y tener mayor preservación del medio ambiente.

Los resultados obtenidos establecen que es recomendable realizar la estrategia de diversificación a través de una nueva línea de productos reciclables puesto que, es una estrategia que resulta favorable para sacar todo el provecho a los recursos. Además, al introducir una nueva línea, las posibilidades de negocio aumentan y con ello la probabilidad de incrementar los beneficios económicos. Igualmente, si resulta efectiva la línea de diversificación la compañía puede optar por implementar la realización de nuevos productos. De este modo, lograr no solo mayores ingresos para la compañía sino diferenciarse de la competencia y mejorar la imagen de la marca.

En cuanto a la estrategia de publicidad se determina que los productos se van a dar a conocer a través de una página web debido a que, el 79,2% que corresponden a 304 de los encuestados estableció que el medio de comunicación con el que tiene más contacto es Internet. También, el 72,4% que corresponde a 278 individuos identifico que les gustaría que la publicidad de la nueva línea se realizara por medio de la web. Por último, el 78,4% que corresponde a 301 personas señala que recibe más publicad por medio de los espacios virtuales.

Se precisa implementar una página Web que le permita a los clientes personalizar sus accesorios dado que, el 91,7% que corresponde a 352 de los encuestados indica que será de su agrado. Además, el 93% con 356 individuos identifica que están dispuestos a pagar más dinero por los accesorios que sean personalizados. Por último, el 78,4% que corresponde a 301 personas señala que esta página sería útil para atraer más clientes.

Se propone una línea de diversificación para la empresa A&Y confecciones con un alto grado de viabilidad ya que, ayudara considerablemente a la reducción de los desechos textiles que se producen en esta organización, estableciendo ciclos adecuados de producción para contrarrestar el impacto ambiental. Asimismo, aumentar el reconocimiento de la compañía brindando una idea innovadora en el mercado, sobresaliendo frente a la competencia, generando nuevos clientes y logrando un posicionamiento de la marca.

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación se determina que la tipología corresponde a la estrategia de diversificación horizontal, puesto que se quiere agregar una nueva línea de productos a partir de las ya existentes y de esta manera poder llegar a nuevos clientes.

Finalmente, debido a la gran cantidad de productos que se manejan en la organización son bastantes las telas que se van aprovechar, es por esto que la estrategia facilita considerablemente la disponibilidad de los recursos y los materiales para la elaboración de la nueva línea de producción.

9. BIBLIOGRAFÍA CITADA

- apd, R. (30 de 09 de 2019). *Principales tipos de diversificación empresarial*.
Obtenido de apd: <https://www.apd.es/tipos-de-diversificacion-empresarial/>
- Arriaga, R. (13 de 12 de 2018). *Análisis de estrategias de inversión de diversificación internacional: portafolios tradicionales vs ETFs*. Obtenido de redalyc.org: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/413/41362257003/index.html>
- Daudén, J. (03 de 07 de 2020). *Reutilización y reciclaje de materiales en 10 proyectos de interiores*. Obtenido de ArchDaily:
<https://www.archdaily.co/co/942893/reutilizacion-y-reciclaje-de-materiales-en-10-proyectos-de-interiores>
- Fabian, O. (2017). *REUTILIZACIÓN DE MATERIAL RECICLABLE EN EL DISEÑO DE JUGUETES*. Obtenido de
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15618/1/REUTILIZACI%C3%93N%20DE%20MATERIAL%20RECICLABLE%20EN%20EL%20DISE%C3%91O%20DE%20JUGUETES..pdf>
- Galván, A. (10 de 04 de 2017). *Estrategia de diversificación empresarial en México: un análisis de valor*. Obtenido de redalyc.org:
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055964003/index.html>
- Guillén, T. (15 de 02 de 2018). *Diversificación e inversión en nuevos negocios innovadores*. Obtenido de blogs expansión:

<https://www.expansion.com/blogs/pensar->

[estrategicamente/2018/02/15/diversificacion-e-inversion-en-nuevos.html](https://www.expansion.com/blogs/pensar-estrategicamente/2018/02/15/diversificacion-e-inversion-en-nuevos.html)

- Ortega, D. (2019). *Gerencia estratégica como factor de competitividad en entornos cambiantes*. Obtenido de Dialnet:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7380672>

- Quiroa, M. (2020). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de Estrategia de diversificación:

<https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-diversificacion.html>

- Sanchez, J. (2020). *Plan de marketing*. Obtenido de ECONOMIPEDIA:

<https://economipedia.com/definiciones/plan-de-marketing.html>

- Vera, B. d. (26 de julio de 2018). *Los sucios secretos de la industria textil*. Obtenido de El espectador: <https://www.elspectador.com/noticias/medio-ambiente/los-sucios-secretos-de-la-industria-textil/>

ANEXOS

ENCUESTA # 1

Accesorios para el Hogar

Materiales y frecuencia de consumo. Responda si su rango de edad es de 20 a 60 años.

1. Edad _____

2. Genero

Hombre

Mujer

3. ¿Considera que los accesorios para el hogar son importantes?

Es importante No es importante

4. ¿En los últimos seis meses ha comprado alguno de los siguientes productos?

Cojines

Tapetes

Cobijas

Delantales

Ninguno

5. ¿Conoce productos para el hogar que sean fabricados con materiales reciclables?

Si

No

6. ¿Considera usted que el hecho de trabajar con material reciclable de alguna manera desmejora la calidad de los productos?

Si

No

7. A la hora de comprar accesorios para el hogar fija su decisión en:

Diseño

Material

Precio

8. Es de su agrado que una empresa trabaje con materiales reciclables para la elaboración de sus productos.

Me desagrada Me agrada

9. Pagaría lo mismo por un producto fabricado a partir de material reciclable que por uno totalmente nuevo.

Si

No

10. ¿Recomendaría una empresa que fabrica productos reciclables?

Si

No

ENCUESTA # 2

Publicidad y Personalización de productos

Dirigida a consumidores de productos para el hogar (cojines, tapetes, cobijas) entre los 31-41 años

1. ¿Considera adecuado que las empresas textiles, reutilicen sus telas para la elaboración de accesorios para el hogar?

Si

No

2. ¿Con cuál de los siguientes medios de comunicación tiene más contacto?

Televisión

Internet

Radio

Prensa

3. ¿Sería de su agrado poder personalizar sus accesorios para el hogar?

Si

N

4. De los siguientes medios de comunicación cual considera que es el más adecuado para la publicidad de estos productos.

Revistas

Panfletos

Volantes

Página Web

5. Pagaría más dinero por la personalización de sus productos para el hogar.

Si

No

6. Por cuál de los siguientes medios de comunicación recibe más publicidad.

Internet

Radio

Calle (Panfletos, Volantes)

Televisión

7. Considera que sería útil una página web que le permita personalizar y comprar sus productos.

Si

No

8. Le gustaría que más empresas tomaran la iniciativa de trabajar con material reciclable.

Sí

No

Me es indiferente