



**Colegio de Estudios  
Superiores de Administración**

**IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO DEL FACTOR SALUD EN LA COMPRA DE  
COLCHONES.**

**AUTOR**

**ANA MARÍA GONZÁLEZ PERDOMO**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN – CESA**

**BOGOTÁ, COLOMBIA**

**2020**

**IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO DEL FACTOR SALUD EN LA COMPRA DE  
COLCHONES.**

**AUTOR**

**ANA MARÍA GONZÁLEZ PERDOMO**

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

**NORMA CHAPARRO**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN – CESA**

**BOGOTÁ, COLOMBIA**

**2020**

## TABLA DE CONTENIDO

### Contenido

LISTA DE TABLAS .....	5
Resumen.....	10
Introducción .....	11
<b>1. Marco teórico .....</b>	<b>18</b>
<b>1.1 El colchón y el sueño .....</b>	<b>18</b>
<b>1.1.1. Afectaciones a la salud relacionadas con el uso del colchón.....</b>	<b>30</b>
<b>1.1.2. Vida útil del colchón.....</b>	<b>32</b>
<b>2. Metodología .....</b>	<b>33</b>
2.1 Tipo de investigación – Enfoque .....	33
2.1.1 Población y muestra.....	33
2.1.2 Diseño metodológico .....	37
Fase 1 .....	37
Fase 2 .....	38
Fase 3 .....	38
<b>2.1.3 Variables de investigación.....</b>	<b>39</b>
<b>3. Proceso de compra del colchón .....</b>	<b>42</b>
<b>3.1 Tipos de compra .....</b>	<b>42</b>
<b>3.1.1 Compra en línea .....</b>	<b>42</b>
<b>3.1.2 Compra presencial.....</b>	<b>53</b>
<b>4. Incidencia del factor salud en la compra de colchones. ....</b>	<b>59</b>
<b>4.1 Entrevista a profundidad a médicos.....</b>	<b>59</b>
<b>4.1.1 Entrevista a profundidad a vendedores .....</b>	<b>67</b>
<b>- Resultados estadísticos: (Ver todas las preguntas en anexos).....</b>	<b>67</b>
4.1.2 Entrevista a profundidad a compradores.....	74
<b>5. Resultados de la investigación.....</b>	<b>84</b>
<b>5.1 Compilado de resultados .....</b>	<b>84</b>
<b>5.1.1 Perfiles y experiencia .....</b>	<b>84</b>
<b>5.1.2 Comparación de resultados .....</b>	<b>85</b>

5.1.3	Análisis de resultados.....	89
6.	Conclusiones y recomendaciones.....	92
	BIBLIOGRAFÍA .....	94

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pag.</b>
Tabla 1. Trayectoria de los líderes del mercado .....	21
Tabla 2. Comparativa de empresas en el sector .....	22
Tabla 3. Canales de comercialización.....	24
Tabla 4. Niveles de confianza (Puntuación Z).....	34
Tabla 5. Número de Médicos en Bogotá .....	35
Tabla 6. Variables de investigación .....	39
Tabla 7. Indicadores eCommerce .....	44
Tabla 8. Canales de Ventas .....	55
Tabla 9. Pasos para la elección de un colchón.....	56
Tabla 10. ¿Qué consideraría usted un descanso adecuado?.....	64
Tabla 11. ¿Considera usted que existe alguna relación entre el colchón y la salud?.....	64
Tabla 12. ¿Qué tan importante es la selección de un colchón adecuado para la salud de un paciente SIN antecedentes médicos relacionados al uso del colchón? .....	65
Tabla 13. ¿Qué aspectos considera importante o relevantes al momento del escoger un colchón teniendo en cuenta su incidencia en la salud?.....	66
Tabla 14. Factores de la salud relacionados con el uso del colchón.....	69
Tabla 15. ¿Cómo indaga acerca del conocimiento del cliente y del colchón? .....	70
Tabla 16. ¿Qué aspectos considera importantes o relevantes al momento de escoger un colchón, teniendo en cuenta su salud.?.....	72
Tabla 17. ¿Tiene observaciones adicionales referentes al tema?.....	73
Tabla 18. Tiene observaciones adicionales referentes al tema .....	82

Tabla 19. Compilado de resultados cuantitativos .....	85
Tabla 20. Compilado de resultados cualitativos .....	86

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pag.</b>
Figura 1. Proceso de compra en línea Colchones Pullman .....	49
Figura 2. Proceso de compra en línea Colchones el Dorado. ....	50
Figura 3. Proceso de compra en línea Colchones Paraíso. ....	51
Figura 4. Proceso de compra en línea Colchones Spring.....	52
Figura 5. Mapa de Concentración de Comercios (Zonas Colchoneras) de colchones en Bogotá	55

## LISTA DE GRÁFICOS

	<b>Pag.</b>
Grafico 1. Mundo, Latinoamérica y el caribe: porcentaje total de países que poseen leyes vigentes sobre aspectos relevantes para el comercio electrónico, a marzo de 2019.....	43
Grafico 2. Perfil de comprador 100% online – eCommerce Hace pedido y pago en línea. ....	45
Grafico 3. Perfil de comprador online y offline – eCommerce Hace pedido y paga contra entrega en casa u oficina.....	46
Grafico 4. Perfil de comprador online y offline – eCommerce Hace pedido y paga en tienda o punto de recaudo. ....	46
Grafico 5. Acceso al portal de compra o búsqueda en los sitios web, lo cual determina una alta participación de la población en el comercio electrónico.....	47
Grafico 9. Experiencia médicos.....	61
Grafico 10. Experiencia en patologías lumbares médicos.....	61
Grafico 11. Importancia del colchón para el descanso (médicos).....	62
Grafico 12. Factores en el descanso adecuado (médicos).....	62
Grafico 13. Descanso adecuado y la salud (médicos).....	60
Grafico 14. Relación entre el descanso y colchón (médicos).....	60
Grafico 15. Preguntas del cliente colchón e incidencia en la salud.....	68
Grafico 16.Capacitación del colchón y la salud.....	68
Grafico 17.Conocimiento del cliente acerca del colchón.....	70
Grafico 18. Ocupación (Compradores).....	70



Grafico 19. Género (compradores) .....	75
Grafico 20. Edad (compradores).....	76
Grafico 21. Periodicidad de cambio.....	76
Grafico 22. Motivos principales para el cambio.....	77
Grafico 23. Factores principales para la compra .....	78
Grafico 24. Decisión de compra .....	78
Grafico 25. Tipo de compra .....	794
Grafico 26. Incidencia del colchón y la salud.....	81
Grafico 27. Enfermedad cñonica .....	81
Grafico 28. Aspectos importantes en salud.....	82

## **Resumen**

En este documento se aborda la temática específica del uso de mecanismos de recolección y tabulación de información bibliográfica y directa para determinar la incidencia del factor salud en el momento de hacer compra de colchones en Bogotá. Con esto se busca establecer la importancia de este factor al momento de que un cliente realiza una compra específica de un colchón, los resultados obtenidos referente al tema son altamente beneficiosos pues se establece la importancia del factor salud en la selección de un colchón, ya que aunque no es el único, es un factor determinante para la selección del mismo, claramente, también se establece que el comprador posee cierto nivel de conocimiento al respecto y que el asesoramiento referente al tema en cuestión, constituirá un aporte valioso al momento de realizar la compra.

Palabras clave: colchón, salud, compradores, vendedores.

## **Introducción**

Con el desarrollo del presente documento se pretende determinar la importancia del conocimiento del factor salud en la compra de colchones, lo anterior debido a la evolución que ha sufrido la industria, tanto en los cambios culturales y de conciencia de los consumidores de estos productos, esto, teniendo en cuenta el cambio que se ha presentado en los motivadores de compra de los consumidores de colchones. Este cambio ha presentado sus orígenes principalmente en lo referente al factor Precio vs. Calidad del producto en los consumidores de colchones en Bogotá, Colombia.

Con el desarrollo de este tema de investigación se generará un aporte de conocimiento para todo consumidor que requiera basar su toma de decisiones en planteamientos diferenciadores del precio, considerando que; El colchón es un producto que en la mayoría de las culturas es considerado como el producto más usado; aun así, existe una gran parte de la sociedad que no lo considera como un producto clave en su diario vivir.

Para el desarrollo de la investigación, se realizará como primera medida un análisis del conocimiento que tienen los consumidores del factor salud a la hora de comprar un colchón, lo anterior se utilizará una metodología cualitativa, buscando profundizar un conocimiento frente a las cualidades que presenta un problema, utilizando la encuesta como herramienta principal para la recolección de información. Lo anterior con el objetivo de realizar un análisis de la industria colchonera y como el factor salud incide en la decisión de compra de un colchón.

Posteriormente, con la información recolectada como insumo primario, se busca identificar qué indicadores de salud son los que afectan el buen estado del colchón.

Finalmente, se identificará de manera puntual; cuales son los factores que influyen en la decisión de compra de un colchón en el consumidor de colchones en Bogotá, Colombia.

Con lo anterior entonces, se pretende valorar la evolución de este factor, para poder llegar a tener estrategias de mejoramiento de mercadeo y poder llegar a definir conclusiones adecuadas que permitan a los empresarios incrementar la competitividad. Dando respuesta así al análisis planteado de manera inicial definiendo la afectación del factor salud en la compra de un colchón en Bogotá, Colombia.

Como planteamiento del problema se analiza que el **descanso** es un factor fundamental para obtener una **calidad de vida** correcta. Acorde a una reunión de expertos en temas de sueño conocida como la National Sleep Foundation citado por (BBC Mundo Noticias, 2015) Un adulto joven (18 a 25 años) y adulto promedio (26 a 64 años) debe “idealmente” dormir entre 7 y 9 horas al día. En complemento a lo anterior la (U.S Department of Health and Human Services, 2013) señala que:

(...) No sólo importa la cantidad de horas que usted duerme, sino también la calidad del sueño. Es posible que las personas que con frecuencia tienen un sueño interrumpido o de corta duración no pasen el tiempo suficiente en ciertas etapas del sueño. En otras palabras, la calidad del descanso y la manera en que su cuerpo funciona al día siguiente dependen del total de horas que duerme y de la duración de las distintas etapas de sueño que usted tiene cada noche. Pag.1

Se podría inferir entonces que, la **calidad de sueño** y la **cantidad de horas** son factores fundamentales de un descanso apropiado, por ende, será crucial la medición de los factores que

afectan estas variables, por lo cual, será necesario considerar un elemento fundamental directamente relacionado con esta situación; el colchón.

Al respecto de la importancia de este, existen estudios a nivel internacional como el que presenta la (Larrinaga et. al, 2016), quienes realizan un artículo titulado “Sueño saludable: evidencias y guías de actuación. Documento oficial de la Sociedad Española de Sueño”, En él se indica que; “La cama es el lugar en el que pasamos una tercera parte de nuestra vida, por lo que es importante elegir un colchón, una almohada y la ropa de cama que favorezcan el sueño, mejorando su calidad. Una encuesta estimó que el 7% de los problemas de sueño eran consecuencia de colchones incómodos”.

La (Federación Española de Enfermedades Neuromusculares, 2017) soporta lo anterior confirmando que;

(...) Cuando aparecen las dificultades nocturnas, evaluar la situación con profesionales (médico de medicina física y rehabilitación, terapeuta ocupacional...) permitirá identificar las necesidades y contemplar posibles soluciones. Equiparse con una cama articulada con sistema eléctrico y/o un colchón que optimice el posicionamiento acostado suele disminuir el dolor, la incomodidad y mejorar las noches. Puede ayudar, también, una nueva organización en la vida diaria. (...) Pag. 1

(...) La edad, el peso, la movilidad, el riesgo de escaras, las dificultades motoras en general, otros problemas funcionales que afectan al sueño, el estilo de vida, el tipo de acompañamiento nocturno deseado... son algunos de los

parámetros que se deben tener en cuenta a la hora de escoger una cama, un colchón o un equipamiento nocturno completo. (...) Pag. 4

(...) Las particularidades de la enfermedad

- Las dificultades respiratorias pueden obligar a estar en una posición específica en la cama, tanto de día como de noche. Dependiendo de los músculos respiratorios afectados (diafragma, músculos abdominales...), la posición nocturna puede variar. El estar semincorporado permite al diafragma contraerse más fácilmente en caso de enfermedades que lo debilitan como la distrofia muscular de Duchenne.
- La naturaleza de las posibles deformidades articulares puede implicar el uso de productos de apoyo para el posicionamiento como cojines, sistemas de sedestación... e incluso ortesis a medida para la noche.
- La transpiración excesiva o la incontinencia favorecen la maceración y aumentan el riesgo de escaras y la incomodidad. En estos casos, deben escogerse materiales cuyas texturas reduzcan el estancamiento de la humedad.

### **El estilo de vida**

El estilo de vida también influye a la hora de escoger cama y colchón.

La cama puede ser individual o doble. Las dobles pueden equiparse con colchones y somieres independientes, que se manipulan por separado.

Son camas grandes de 160 cm de largo (2 x 80 cm), lo que exige un espacio

amplio. El tener que estar en la cama durante el día, sentado o semisentado,

para leer, ver la televisión, comer, ir de vacaciones. Pag. 6

Pero no solo se trata de la incidencia de un colchón incómodo, el tema es tan complejo como las variables a considerar, pues, si se toma desde un tema de posible foco de enfermedades crónicas, existen relaciones entre enfermedades alérgicas y los materiales utilizados en los colchones, al respecto (Zubeldia et. al, 2012) indican que, en relación a los orígenes de asma bronquial, datan del año 1552 cuando John Hamilton, arzobispo escocés de St. Andrews (Edimburgo) consultó a Gerolamo Cardono, quien era matemático, médico y filósofo de origen italiano a raíz de una sospecha de este de afección de tuberculosis, se registra entonces un notable alivio del paciente una vez que se retiró de su lecho de descanso el colchón y las almohadas de plumas lo cual se cambió por seda tejida. Así las cosas, se inició una relación directa aun en esa época de las incidencias presentadas en el tipo y materiales de los colchones a adquirir.

Posteriormente en el mismo estudio (Zubeldia et. al, 2012) aporta que otra de las incidencias en las enfermedades de tipo alérgico son los **ácaros**, quienes poseen su hábitat principal en los colchones y cuentan con características alergénicas desde su piel, hasta sus heces. Por lo cual su control se vuelve un punto fundamental en la prevención de dichas enfermedades para lo cual se tendrán presentes tanto el diseño de materiales que eviten la acumulación de polvo en los colchones y/o mecanismos que permitan de cierta forma esterilizar el colchón.

Por lo anterior, lo que se pretende lograr con el desarrollo de este análisis, es que las personas tomen conciencia, de que **el factor precio** no debería ser el factor principal al momento de comprar un colchón. Por lo cual, los fabricantes de colchones deberían generar estrategias tendientes a enfocar a su consumidor final a una elección propicia de este producto.

Es así como el fabricante deberá tener en su oferta tanto la información acertada como el número de referencias según su foco de mercado que permita así suplir las necesidades específicas de los consumidores.

El presente estudio se realiza con la finalidad de aportar conocimientos e insumos adecuados para la población consumidora de colchones en la ciudad de Bogotá, Colombia de la incidencia que tiene la elección de un colchón en la mejora o deterioro de su estado de salud.

Lo anterior, dará un aporte a la sociedad, debido a que; representará un punto de referencia para quienes busquen ir más allá en el cuidado de su salud y entender los beneficios que puede traer la relación Calidad vs. Costo en lo referente a la adquisición de un bien de tanta duración, relevancia e importancia como lo es el colchón.

Para la universidad, el presente documento constituirá un aporte metodológico innovador, puesto que en la revisión de literatura no se encontró un estudio que reúna las características que busca reunir este documento, por lo tanto, será un elemento de enriquecimiento a nivel investigativo.

El estudio tomará forma en la ciudad de Bogotá, Colombia y se limitará a los datos que se puedan recolectar de manera directa, pues se combinará la revisión de literatura, con la aplicación de mecanismos como la encuesta.



Es así entonces, como con la elaboración del documento se aportará a que el consumidor no se incline al momento de comprar este tipo de productos a una variable única como lo es el precio, sino que considere elementos como; la calidad e higiene que deben tener, entre otros.

El objetivo general del trabajo es determinar la incidencia del factor salud en el momento de hacer compra de colchones en Bogotá.

Como objetivos específicos se tiene los siguientes:

- Describir el proceso de compra del consumidor para determinar los factores que inciden en la compra del colchón.
- Desarrollar herramienta tipo encuesta que permita la recolección de información relevante al objetivo a desarrollar.
- Analizar los resultados obtenidos estableciendo la incidencia del factor salud al momento de comprar un colchón.

Frente a la pregunta de investigación se plantean las siguientes Hipótesis:

- Hipótesis Correlacional de la investigación: Cuanto más información y conocimiento posea el consumidor al momento de elegir su colchón, su elección irá enfocada a su salud como factor principal.
- Hipótesis nula: Cuanto más información y conocimiento posea el consumidor al momento de elegir su colchón, su elección **NO** irá enfocada a su salud, sino en el factor precio.

## 1. Marco teórico

A continuación, se revisarán varias fuentes literarias académicas de los últimos 10 años relevantes para las variables escogidas en el tema de estudio:

### 1.1 El colchón y el sueño

Al respecto, el estudio conducido por (Merino et. al, 2016) en España, se refiere que;

La cama es el lugar en el que pasamos una tercera parte de nuestra vida, por lo que es importante elegir un colchón, una almohada y la ropa de cama que favorezcan el sueño, mejorando su calidad. Una encuesta estimó que el **7% de los problemas de sueño eran consecuencia de colchones incómodos**. A pesar de que existen pocos estudios al respecto, y con limitaciones metodológicas, algunas publicaciones sugieren que un colchón con estándar ergonómico mejora la calidad del sueño y que el tipo de superficie de descanso puede relacionarse con el dolor de espalda y la calidad del sueño [27]. En cuanto a la firmeza del colchón, no debe ser demasiado blando ni demasiado firme, ya que un colchón de firmeza media mejora el dolor de espalda [28] y puede reducir la latencia media de sueño desde la primera noche de uso en comparación con los colchones de firmeza alta [9], mejorando la calidad del sueño. (...) Pag. 57

Acorde a lo anterior, el sitio de descanso juega un papel importante en la calidad del sueño, ya que entre otras consideraciones, el tipo y calidad del mismo tiene relación directa en el sueño de las personas, así lo refuerza (Colegio de Fisioterapeutas Comunidad de Madrid, 2018); “La cama es el lugar donde pasamos la tercera parte de nuestra vida, por eso se merece toda la atención. Tanto la base del descanso, como el colchón o la almohada, son elementos que acompañan y favorecen el sueño, de manera que es importante elegir lo más adecuado a nuestras necesidades o a las de nuestros hijos. Combinar adecuadamente estos elementos permitirá el descanso más correcto posible.”

Entonces, se podría considerar que el colchón representa una parte importante en el sueño, así lo indica (Muñoz et. al, 2015) “Con respecto a los factores externos que más afectan o interfieren en el sueño / descanso, la “Almohada” y el “Colchón” son muy influyentes (...)”. El colchón entonces se encuentra dentro de uno de los factores a considerar del ambiente en el cual se descansa y por lo tanto es relevante encontrar su relación con el descanso adecuado necesario por una persona.

Así lo refuerza un estudio realizado por (Instituto Tecnológico Hotelero, 2013)

Los aspectos físicos se refieren a la interacción cuerpo/colchón y tratan sobre la importancia del soporte de la columna vertebral, la distribución del peso sobre el colchón, la movilidad y estabilidad sobre la cama o el confort térmico. Los aspectos fisiológicos abordan las reacciones del cuerpo humano más comunes que se pueden producir mientras se duerme,

tales como alergias, problemas respiratorios, aspectos cardiovasculares o dolores de cabeza. (...) Pag. 6

**a) Industria de los colchones en Bogotá, Colombia**

Acorde al informe de gestión publicado por Él (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019) se ilustran la contribución al producto interno bruto de los diferentes sectores comerciales ubicando a los colchones en una participación entre enero y septiembre de 2018 del 2,1, acorde a cifras suministradas por el DANE. Esto lo ubica dentro de los sectores de contribución al crecimiento del país a nivel nacional.

Frente a la división dentro del país de la industria colchonera se encuentra dentro del sector manufacturero, en artículos para el hogar, así lo determina la (Federación nacional de Comerciantes, 2017) en Bogotá, quien indica que en esta ciudad, el sector está compuesto por fabricantes y comercializadores de colchones y otros, en 2017 se confirma el Comité de Colchones de Bogotá y se presenta el observatorio comercial del sector con el apoyo de la universidad central.

En Bogotá la industria se caracteriza como lo determina (Goyeneche, Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno competitivo, 2014) por lo siguiente:

Por lo anterior la división que se puede realizar en el sector de colchones en Bogotá, entre empresas que cumplen con la normatividad y que además certifican sus procesos y las empresas que no cumplen con la normatividad y realizan sus actividades de producción y comercialización de manera informal, se da de manera mucho más latente.

Según declaraciones de Oscar Gutiérrez gerente general de Colchones Spring, cerca de 63 por ciento de los colchones que se fabrican en el país son informales (Gutiérrez 2011) lo cual no solo genera un tipo de competencia desleal que se visualiza en el precio del producto al consumidor final, sino también en los estándares de calidad e higiene que acarrearán problemas al medio ambiente por el inadecuado manejo de residuos y a la salud de los consumidores.

Debido a la problemática expuesta anteriormente como parte de la conformación del sector y como una respuesta de las empresas líderes del sector, vemos como además de cumplir con la normatividad, están realizando esfuerzos para certificar sus procesos y además utilizar materias primas de proveedores que también están certificados. De manera que por esta vía logren un punto de diferenciación con esos competidores que no cumplen la normatividad y los consumidores que no toman su decisión únicamente en función del bajo costo elijan sus productos.

En el mismo texto, se realiza un estudio de los competidores de sector colchonero en Bogotá, dentro de lo cual se indica que; “(...) se han evidenciado dos características importantes del sector, su estructura en cuanto a empresas grandes que se podrían denominar líderes y empresas que se consideran informales (...), sin embargo, para el tema de estudio se consideran los “líderes” del mercado basados en la trayectoria en el mismo en Bogotá como lo muestra la tabla a continuación:

**Tabla 1. Trayectoria de los líderes del mercado**

Empresa	Años de participación en el mercado
Colchones Spring	61 años
Colchones El Dorado	57 años
Americana de Colchones	37 años
Colchones Paraíso	35 años
Colchones Comodísimos	35 años

Autor: (Goyeneche, Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno competitivo, 2014)

Así mismo se describen las empresas presentes en el sector, ya formalizadas considerando que al menos presenten 1 punto de venta, lo cual, permite una ampliación de presencia de diferentes empresas que, aunque no sean líderes existían al momento de realizar la investigación:

Convenciones: las formas de pago se representan con las siguientes convenciones;

EF es efectivo, TC tarjeta de crédito, TD tarjeta débito, CH es cheque, CD es tarjeta

Codensa, FA es tarjeta Falabella.

**Tabla 2. Comparativa de empresas en el sector**

Empresa	Forma de Pago	Garantía	Puntos de Venta
Colchones King Dreams	EF -TC – TD	8 años	1
Colchones Life	EF-TC-TD	8 años	1

<b>Empresa</b>	<b>Forma de Pago</b>	<b>Garantía</b>	<b>Puntos de Venta</b>
Confort			
Colchones Confortflex	EF-TC-TD	7 años	1
Colchones Privilegio	EF-TC-TD-CH	12 años	1
Colchones Solaron	EF-TC-TD-CH	8 años	1
Colchones Sleepwell	EF-TC-TD-CH	7 años	2
Colchones Oskarin	EF-TC-TD-CH	12 años	2
Colchones Buenplacer	EF-TC-TD-CH-CD-FA	10 años	2
Mundo Espumas	EF-TC-TD-CH	8 años	2
Colchones HappySleep	EF-TC-TD-CH	7 años	4
Colchones Roncador	EF-TC-TD-CH	7 años	4
Colchones Picolin	EF-TC-TD-CH	8 años	4
Colchones Amore	EF-TC-TD-CH-CD	7 años	5
Colchones Dormilife	EF-TC-TD-CH	10 años	5
Colchones Serta	EF-TC-TD-CH	5 años	5
Colchones Dreamz	EF-TC-TD-CH-CD-FA	7 años	5
Colchones Dormilife	EF-TC-TD-CH	10 años	5
Colchones Cupido	EF-TC-TD-CH	8 años	6
Colchones Starbien	EF-TC-TD-CH	7 años	6
Colchones Zona Descanso	EF-TC-TD-CH-CD-FA	5 años	7
Colchones Pullman	EF-TC-TD-CH	7 años	9
Colchones	EF - TC - TD - CH - CD	5 años	13

<b>Empresa</b>	<b>Forma de Pago</b>	<b>Garantía</b>	<b>Puntos de Venta</b>
Comodísimos			
Colchones Dormiluna	EF - TC - TD - CH - CD	5 años	16
Colchones El Dorado	EF - TC - TD - CH - CD	5 años	16
Americana de Colchones	EF - TC - TD - CH - CD - FA	7 años	17
Colchones Spring	EF - TC - TD - CH - CD - FA	5 años	18
Colchones Ensueño	EF - TC - TD - CH - CD - FA	5 años	20
Colchones Paraíso	EF - TC - TD - CH - CD - FA	7 años	31

Autor: (Goyeneche, Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno competitivo, 2014)

Por último, se clasifican los canales de comercialización utilizados por cada uno de estos participantes por porcentaje según el tipo de canal, el cual se presenta a continuación:

**Tabla 3. Canales de comercialización**

<b>Empresa</b>	<b>Años de participación en el mercado</b>
Zona Colchonera	54%
Centro Comercial	25%
Grande Superficie	16%



<b>Empresa</b>	<b>Años de participación en el mercado</b>
Feria del Hogar	2%
Catálogo	2%
Evento	1%

Autor: (Goyeneche, Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno competitivo, 2014)

**b) Tipos de productores de colchones**

En Colombia la resolución 1848 de 2009<sup>1</sup> dictamina de manera general los requisitos relacionados con la fabricación y comercialización de los colchones y colchonetas, bajo la luz de esta norma, en Colombia el término utilizado para quienes producen los colchones se conoce como fabricantes.

**c) Las campañas de conocimiento sobre el colchón**

En este apartado se adjuntan los estudios realizados en relación con campañas de conocimiento de colchones, las cuales se dividen en Colombia y el mundo;

- En Colombia; Se encuentra el caso del documento Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno Competitivo (Caso Industrias Ensueño Bogotá) (Goyeneche, Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno competitivo, 2014) quien luego de su estudio afirma que el punto clave para dar a conocer la empresa y los productos, fue el contacto directo por medio de puntos de venta indicados así “La empresa Industrias Ensueño SAS con su estrategia de apertura de puntos de venta en la ciudad de Bogotá, especialmente puntos en centros comerciales abrió al público en tan solo

---

<sup>1</sup> MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 1842 de 209. Por la cual se determina como artículo de uso doméstico los colchones y colchonetas y se establecen algunos requisitos sanitarios para su fabricación.

cinco años, las puertas de 23 nuevas salas de venta en diferentes sectores de la ciudad. Esta estrategia le permitió no solo aumentar las ventas de unidades sino hacer mayor presencia de marca en lugares de alta afluencia como lo son centros comerciales y salas de ventas ubicadas en avenidas o lugares de alto tráfico.

- Por otro lado, a nivel internacional se encuentra el caso de “Diseño de un plan estratégico de marketing para colchones paraíso, producidos y comercializados por productos paraíso del Ecuador S.A., Dentro de la ciudad de Quito en Ecuador” (Perugachi, 2012). En este caso los medios publicitarios fueron de tipo mixto, utilizando diversos mecanismos con técnicas creativas diversas enfocadas a las campañas objetivos, entre los cuales se utilizaron canales como; diarios, revistas, radio, televisión, cine, vía pública y transporte.

#### **d) El colchón y la salud**

Al respecto, es importante considerar los antecedentes internacionales en el tema de estudio, así lo sustenta:

En Colombia, un estudio realizado por (Asociación Colombiana de Medicina del Sueño, 2018) es lo más cercano que se posee al respecto, pues en este se indica que; dentro de las condiciones ambientales que impactan el sueño se encuentra entre otras la incomodidad de la cama. También indica que, los impactos negativos referentes a un buen descanso asociado con el sueño van desde la imposibilidad de la reparación muscular, consolidación de la memoria, regulación de hormonas responsables del crecimiento, lo que a la larga generará unos trastornos de sueño, entre ellos; el insomnio, apnea

obstructiva del sueño y síndrome de las piernas inquietas, este estudio también referencia que:

- 6 de cada 10 colombianos reportan problemas relacionados con el sueño.
- 5 de cada 10 roncan.
- 4 de cada 10 tiene insomnio.
- 4 de cada 10 patean mientras duermen.
- 9 de cada 100 presentan pausas respiratorias.
- Bogotá presenta el número más alto de personas por apnea de sueño (8.6%) lo cual se atribuya a la altitud.

Como fue expuesto en el planteamiento del problema, se han consolidado teorías referentes a la relación directa entre patógenos alérgicos presentes en el sitio de descanso y la salud, por lo cual, se considera pertinente traer a colación el estudio realizado en Colombia por (Poveda et. al, 2014) donde indica que:

Los ácaros son sensibles a la deshidratación y no tienen capacidad para ingerir agua, excepto la que obtienen a través de los alimentos. Los ácaros viven básicamente por la ingestión y digestión de la caspa humana y de los hongos anemófilos, son fotofóbicos y necesitan nichos para crecer en un rango de temperatura óptima, entre los 21,1 y 26,6 °C. En las habitaciones humanas, es cercana la aparición y existencia de ácaros, especialmente en el polvo casero. La habitación es uno de los lugares predilectos para su existencia y reproducción, especialmente en la superficie del colchón; por lo tanto, es obvio el éxito de este ecosistema para mantener poblaciones de dichos microorganismos.

Los ácaros presentes en el polvo afectan aproximadamente a 20-26% de la población mundial, ubicados en los espacios intramurales, en los insumos que se utilizan para la fabricación de colchones, en colchones terminados y en almohadas. Es por esto que se deben aplicar estrategias de higiene en viviendas y fábricas, las cuales deben utilizar insumos inocuos para la fabricación de colchones a fin de evitar la proliferación de estos agentes (...) Pag 6.

(Cano, 2012) al respecto, refiere que; Según datos Estadísticos de Fenalco (Federación Nacional de Comerciantes), estos son algunos resultados con relación a enfermedades relacionadas con los colchones:

- El 50% de los colombianos duerme en un colchón en malas condiciones.
- El 90% de las enfermedades alérgicas como rinitis y asma, se producen por los ácaros y hongos
- La mortalidad por asma en Colombia es de 1.6 por 100.000 habitantes.
- El colchón es un artículo que debe fabricarse con materiales de reconocida calidad y con tecnología que garantice descanso y salud.
- Las investigaciones científicas han demostrado que la materia fecal del ácaro, un microorganismo que habita en el colchón puede ser responsable de la alergia de sus hijos.
- Los científicos han identificado que la humedad de las viviendas, los residuos de comida, y la descamación de la piel son importantes para el desarrollo de los ácaros en su colchón, el piso, cortinas, closet, muebles de sala y comedor.
- El colchón viejo **NO** se debe dejar a la calle o regalarlo. No es un producto reciclable. Se debe llamar a la línea 110 para que lo recojan.

- Recuerde que debe comprar en lugares certificados y de confianza. Asesórese por un experto.

Pero no solo se enmarcan enfermedades alérgicas, pues acorde al artículo realizado por (Organización Médica Española, 2018) “usar un colchón de firmeza intermedia tuvo un efecto mayor que varios tratamientos médicos, y permitió reducir o abandonar el tratamiento farmacológico a un porcentaje significativo de pacientes. Dada la relevancia clínica de este aspecto, una reciente campaña audiovisual protagonizada por su primer autor, el Dr. Kovacs, director de la Red Española de Investigadores en Dolencias de la Espalda (REIDE) y de la Unidad de la Espalda del Hospital Universitario HLA-Moncloa, informa las diversas creencias erróneas alrededor de la elección del colchón.”

A nivel internacional, se observa el caso de la provincia Cotopaxi en Ecuador, donde (Morales et. al, 2019):

Al realizar una relación directa entre la compra del colchón y la importancia que este juega en el papel de la salud, al respecto indica que “La calidad de servicio al cliente que ejerzan las empresas incide en el reconocimiento de la marca en el mercado, así como la predisposición a invertir y los motivos de compra, como la recomendación, necesidad y salud, siendo que, si un comprador está motivado por salud a adquirir un colchón, se incrementa la probabilidad de adquirir una marca reconocida en el mercado. Las marcas reconocidas o las empresas que poseen una mayor cuota de mercado tienden a mantener una mayor representatividad en las preferencias de consumo de los compradores de colchones y esto tiende a acrecentarse mientras mayor sea la necesidad del comprador.

Sin embargo, para todos los casos no es igual, en el caso de (Borri, 2016) sus campañas se limitan a lo siguiente; “Se comunicará, a través de medios gráficos, se van a implementar en Diarios regionales con una frecuencia y una participación que se estimará en función de las primeras ventas, entendiendo, que la publicidad, no es necesaria que se haga en forma simultánea en todos los diarios.”

Así las cosas, se puede observar que; según el país, aun siendo este en Latinoamérica los canales de promoción para dar a conocer el producto como el colchón son claramente similares, sin embargo, su uso varía según el sitio geográfico donde se encuentren.

#### **e) El bogotano y la salud**

Luego de indagar de manera extensa sobre estudios académicos que tomaran percepciones con respecto a salud y la importancia de esta para el Bogotano, se han tomado cifras directas de la Encuesta Nacional de Calidad de vida (ECV) realizada por el DANE la cual toma variables diversas entre otras la salud, para la cual Bogotá presenta un valor específico en dicha variable de 8,02, demarcando una satisfacción referente a la percepción de la salud, lo cual demuestra que para el ciudadano común, esta variable es de alta estimación y consideración referente a su percepción frente a la calidad de vida percibida. (DANE, 2018).

#### **1.1.1. Afectaciones a la salud relacionadas con el uso del colchón**

##### **a) Cambio de cultura en el consumidor final**

En lo referente a la cultura del consumidor final; en el documento realizado por (Toro, 2015) concluye que actualmente en Latinoamérica y a nivel nacional existe un cambio de

conciencia y de cultura. Ahora se está generando un conocimiento en la mente del consumidor que un colchón nuevo representa mejor calidad de vida y por esta razón el consumidor está dispuesto a pagar un poco más por él, pero aún no ha sido suficiente, debido que para los consumidores sigue existiendo como factor principal “el precio”, en la decisión de compra.

Por su parte (Carrasco et. al, 2019) en un estudio realizado para Ecuador concluye que;

Los compradores que realizan su compra en centros comerciales tienden a ser motivados por salud, mientras quienes realizan su compra directamente a sus fabricantes o distribuidores lo hacen por necesidad o por recomendación. Por otro lado, los clientes que dan importancia al reconocimiento de la marca, por lo general, son motivados a adquirir un colchón por requerimientos de salud, mientras que quienes no dan importancia de que la marca sea reconocida tienden a motivarse por recomendación o por necesidad a adquirir el producto (...) Pag. 158.

Lo anterior contrasta con la situación actual, pues como ya fue indicado previamente, los estudios muestran que aún falta mucha conciencia en los consumidores puesto que consideran que el factor precio es proporcional a la durabilidad y no al uso.

En un estudio de mercado realizado en la ciudad de Bogotá en la industria específica de colchones realizado por (Cano, 2012) por medio de encuestas al consumidor final, se indica que al momento de valorar las características a la hora de comprar un colchón el 40% de los encuestados relaciona el **precio**, mientras que el 33% relaciona garantías, dando un total de 73% enfocados a factores diferentes a la calidad del producto. Lo anterior refuerza la teoría de que el factor predominante en la compra de colchones no es directamente por su calidad, sino por su precio.

### **1.1.2. Vida útil del colchón**

Referente al tema de acuerdo con Esthanedh Motta citado por (Solano, 2017) “cuando compramos un colchón nos dan cinco y hasta 15 años de garantía, eso ha confundido al consumidor, pues creen que va a estar en perfecto estado durante todo ese tiempo y no es así. En cuatro años un colchón podría estar un 80% deteriorado lo que va a ir generando algunas molestias físicas”. Lo cual indica que según el tipo de colchón la vida útil de este variaría. También indica que “Cuando el colchón tiene una garantía de cinco años, en realidad tiene una vida útil de tres; y si tiene una garantía de 15 años, no se debe usar más de siete”. Así las cosas, tanto el tipo de colchón como el uso del mismo infieren de manera notable en su durabilidad, por lo cual se recomienda que el tiempo óptimo para cambiarlo es cuando; “Al momento de estar acostado se empiezan a sentir grumos, resortes salidos, bolas o desgaste será necesario adquirir otro, pues esto puede ocasionar problemas de columna.”

Así las cosas, con base en los diferentes estudios citados en el texto, es posible reforzar la hipótesis de que los consumidores se ven afectados en su factor salud, principalmente por el desconocimiento al momento de la compra del colchón elegido. Pues estas elecciones se basan en factores relacionados con la economía de este.



## **2. Metodología**

### **2.1 Tipo de investigación – Enfoque**

Se realizó la creación de entrevistas y encuestas trabajadas bajo un lineamiento de una investigación exploratoria cualitativa, con lo que se realizaron 3 entrevistas a profundidad para saber que saben los médicos y las personas sobre el colchón y la salud.

- Entrevista a profundidad: médicos
- Entrevista a profundidad: clientes
- Entrevista a profundidad: vendedores de colchones

De acuerdo con las recomendaciones de (Hernández Sampieri et. al, 2014) se utilizó el enfoque cualitativo, que según lo que dice Sampieri nos permite tener una gran amplitud de ideas e interpretaciones que enriquecen el fin de la investigación. “El alcance final del estudio cualitativo consiste en comprender un fenómeno social complejo, más allá de medir las variables involucradas, se busca entenderlo”.

#### **2.1.1 Población y muestra**

Para esta investigación se tiene como población objetiva, los consumidores de colchones en Colombia con un muestreo en Bogotá e Ibagué. La selección de una muestra objetiva no puede realizarse al azar, por lo tanto, se toma de referencia a (Hernández Sampieri et. al, 2014) para lo cual, en este estudio se utiliza una muestra de tipo probabilística cuando indica “Cuando se elabora una muestra probabilística, uno debe preguntarse: dado que una población es de N

tamaño, ¿cuál es el menor número de unidades muestrales (personas, casos, organizaciones, capítulos de telenovelas, etc.) que necesito para conformar una muestra (n) que me asegure un determinado nivel de error estándar (...).

La respuesta consiste en encontrar una muestra que sea representativa del universo o población con cierta posibilidad de error (se pretende minimizar) y nivel de confianza (maximizar), así como probabilidad.

Por lo tanto, para el cálculo de encuestas se consideró la siguiente fórmula a continuación (SurveyM, 2020):

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Para lo cual se consideran las siguientes variables:

N = tamaño de la población

e = margen de error (expresado en decimales no en porcentaje),

z = puntuación (desviaciones estándar de una porción determinada), esto acorde la siguiente información:

En cuanto a la puntuación Z, se puede considerar lo siguiente:

Tabla 4. Niveles de confianza (Puntuación Z)

<b>Nivel de Confianza</b>	<b>Puntuación Z</b>
80 %	1.28
85%	1.44
90%	1.65

Nivel de Confianza	Puntuación Z
95%	1.96
99%	2.58

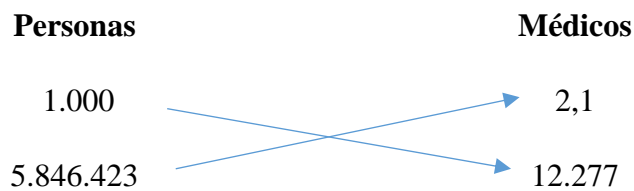
Fuente: (SurveyM, 2020):

- Cálculo de muestra Médicos

En consulta a diversas fuentes se encuentra que no existe una base de datos puntual de personal médico en Colombia, las bases de datos existentes reposan en asociaciones médicas diversas, para lo cual se considera una relación expresada por el (Banco Mundial, 2018), en cuanto este realiza un recolección de información general a nivel mundial de los médicos por cada 1000 personas, Colombia en 2017 posee una relación de 2,1 médicos por cada 1000 personas, para lo cual se realiza una regla de tres para encontrar la población aproximada de médicos en Bogotá D.C. Acorde a lo expresado por el (DANE, 2019) la capital tiene 7.181.469, de los cuales solo 5.846.423<sup>2</sup> son mayores de edad.

Acorde al último censo realizado en el 2019, por tanto, se expresa la siguiente relación:

**Tabla 5. Número de Médicos en Bogotá**



Fuente: Elaboración propia

<sup>2</sup> REGISTRADURÍA DE LA NACION 27 de Septiembre de 2019. Dato acorde al último censo electoral

Considerando que el nivel de ocupación del sector salud actual es muy elevado, esto, por la emergencia sanitaria indicada por el COVID-19<sup>3</sup>, los porcentajes de confianza variarían para el cálculo de la muestra, para lo cual se utiliza la herramienta Survey Stats<sup>4</sup>, obteniendo los siguientes datos:

$$N = 12.277$$

$$e = 10\%$$

$$z = 80\% \text{ equivalente a } 1,28$$

$$n = 41$$

- Cálculo de muestra Clientes

Para el cálculo de clientes, se realiza un Pareto con una población muestral obtenida por la fábrica colchones OMEGA ubicada en base en la ciudad de Ibagué, para lo cual, se tuvieron en cuenta los siguientes datos:

$$N: 1.500^5$$

$$E = 10\%:$$

$$Z = 80\% \text{ equivalente a } 1,28$$

$$n = 40$$

- Cálculo de muestra Vendedores

Para el cálculo de los vendedores, se toma en consideración el porcentaje de ocupación indicado por él (Ministerio del Trabajo, 2018), el cual indica que en Bogotá el 14,9% de la población es ocupada en la industria manufacturera. El mismo informe indica que la población

---

<sup>3</sup> OMS. 2020. La COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto el nuevo virus como la enfermedad eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019.

<sup>4</sup> SURVEYMONKEY. Sample Size Calculator

<sup>5</sup> COLCHONES OMEGA. 2019. Base de datos de clientes

ocupada entre 18 y 28 años es de 1.647.903, rango de edad que podría considerarse como promedio de vendedores, acorde a lo anterior, podría decirse que los ocupados en la industria de manufactura entre las edades de 18 y 28 años, incluyendo la fabricación y venta de colchón es de 245.538 personas, de los cuales la fuerza de venta puede considerarse en la población global, ahora, a esta población se le disminuye el nivel de confianza dado a que se entiende un porcentaje de uso en otras sub industrias del sector manufacturero diferentes al colchón y dentro de la misma, ocupaciones distintas a la de vendedor.

N: 245.538

E =10%:

Z = 80% equivalente a 1,28

n = 41

### **2.1.2 Diseño metodológico**

Para el diseño metodológico se ha dividido el estudio en las siguientes fases, cada una inclinada a dar respuesta a los objetivos planteados;

Fase 1

**Objetivo específico:** Describir el proceso de compra del consumidor para determinar los factores que inciden en la compra del colchón.

#### **Actividades**

- Búsqueda en fuentes confiables.
- Consulta con expertos.

#### **Instrumentos de recogida de datos**

- Entrevistas.

• **Evidencias**

- Guion de entrevista.
- Bibliografía.

Fase 2

**Objetivo específico:** Desarrollar herramienta tipo encuesta que permita la recolección de información relevante al objetivo a desarrollar.

**Actividades**

- Realización de encuestas.
- Tabulación de encuestas.

**Instrumentos de recogida de datos**

- Análisis de las encuestas.

• **Evidencias**

- Guion de entrevista.
- Bibliografía.

Fase 3

**Objetivo específico:** Analizar los resultados obtenidos estableciendo la incidencia del factor salud al momento de comprar un colchón.

**Actividades**

- Ponderación estadística de Banco de preguntas.

**Instrumentos de recogida de datos**

- Entrevistas.
- Encuestas.

• **Evidencias**

- Análisis tendencial de la encuesta y sus resultados.

**2.1.3 Variables de investigación**

**Tabla 6. Variables de investigación**

<b>VARIABLES</b>	<b>AUTORES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>PREGUNTAS</b>
Indicadores de salud que afectan el buen estado de un colchón	Asociación colombiana de medicina del sueño, cano. J, Solano, L.	Tiempo	¿Cada cuánto cambia su colchón?
Indicadores de salud que afectan el buen estado de un colchón	Asociación colombiana de medicina del sueño, cano. J, Solano, L.	Durabilidad	¿Cuánto tiempo ha tenido su colchón actual?

<b>VARIABLES</b>	<b>AUTORES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>PREGUNTAS</b>
Indicadores de salud que afectan el buen estado de un colchón	Asociación colombiana de medicina del sueño, cano. J, Solano, L.	Variables	¿Cuál es el factor más importante para usted a la hora de comprar un colchón?
Indicadores de salud que afectan el buen estado de un colchón	Asociación colombiana de medicina del sueño, cano. J, Solano, L.	Precio	¿La variable precio es la más relevante al comprar un colchón?
Indicadores de salud que afectan el buen estado de un colchón	Asociación colombiana de medicina del sueño, cano. J, Solano, L.	Rotación	¿Ha girado su colchón alguna vez en su vida?
Indicadores de salud que afectan el buen estado de un colchón	Asociación colombiana de medicina del sueño, cano. J, Solano, L.	Consejos médicos e Higiene	¿Sabe cómo combatir los ácaros en su colchón?



<b>VARIABLES</b>	<b>AUTORES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>PREGUNTAS</b>
Colchones Decisión de compra	Fenalco	Calidad	¿Su colchón tiene garantía? De cuanto
Colchones Decisión de compra	Fenalco	Comodidad.	¿Considera que su colchón es cómodo?

Fuente: Autoría propia

### **3. Proceso de compra del colchón**

Con el desarrollo del presente documento se busca describir el proceso de compra por parte del consumidor, para lo anterior se realiza una búsqueda de información disponible en la web en los principales motores de búsqueda existentes. Lo anterior arrojó lo siguiente:

#### **3.1 Tipos de compra**

Las compras suelen dividirse en 2 grandes grupos; En línea realizada desde la comodidad del hogar (compra en línea) o presencialmente, a continuación, se describe cada uno:

##### **3.1.1 Compra en línea**

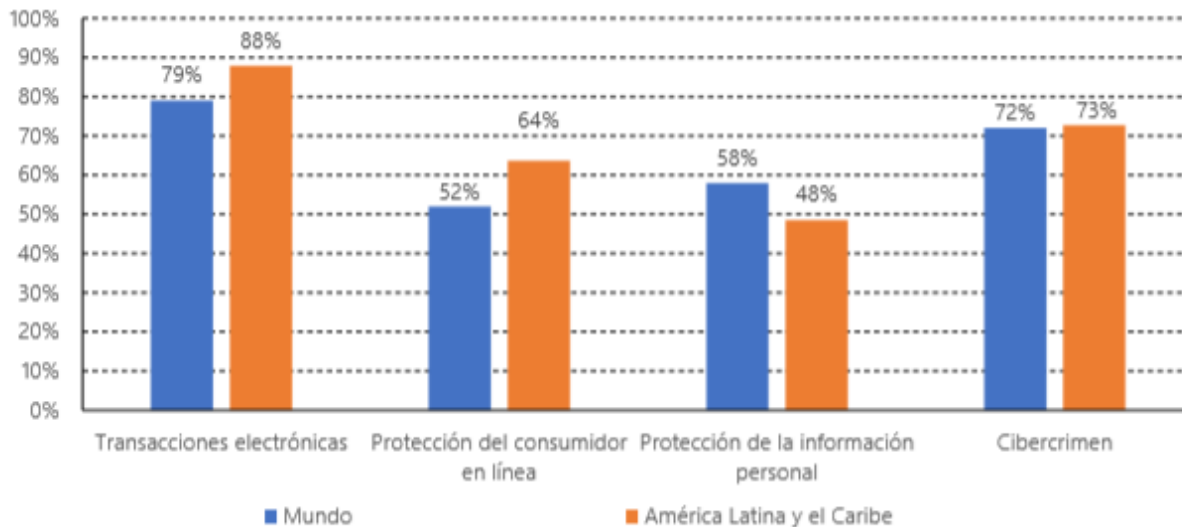
La compra en línea depende de la generación de una venta por parte de un oferente o comercializador de un producto en específico, esto lo indica de forma más precisa (Del real Martín, 2020) “una compra online es la acción voluntaria de adquirir un bien o contratar un servicio a distancia, por medio de internet, a cambio de un precio. Para que haya una compra online, como en cualquier contrato, debe haber comprador, vendedor (prestador de servicios de la sociedad de la información), cosa, precio y consentimiento (...)”.

Podría entonces considerarse el tema de las compras en línea como un comercio electrónico, el cual acorde al programa de trabajo sobre el comercio electrónico adoptado por la OMC citado por (Herreros, 2019): “la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios pro medios electrónicos”.

El Colombia el tema también se encierra en la definición del comercio electrónico (eCommerce) el cual acorde a (MinTIC, 2019) se considera como: “Cualquier transacción para la venta de bienes y servicios efectuada sobre redes de computadores por medio de métodos

específicamente diseñados con el propósito de recibir y procesar pedidos. INDEPENDIEMENTE DE SÍ EL PAGO Y LA ENTREGA OCURRE ONLINE”

En lo referente a las regulaciones, en algunos países como España se regulan algunas normas referentes a las ventas online, en este caso el art. 1254 del Código civil. Al respecto en un espectro más local, (Herreros, 2019) señala la siguiente gráfica:



Fuente: Autor, sobre la base de UNCTAD, Global Cyberlaw Tracker, [en línea] [https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI\\_and\\_ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Global-Legislation.aspx](https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and_ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Global-Legislation.aspx) (consultado el 15 de abril de 2019).






Grafico 1. Mundo, Latinoamérica y el caribe: porcentaje total de países que poseen leyes vigentes sobre aspectos relevantes para el comercio electrónico, a marzo de 2019.

Como se observa, los porcentajes donde se supera américa frente al mundo son; las transacciones electrónicas, la protección al consumidor y el cibercrimen, siendo de estas las regulaciones hacia las transacciones electrónicas el porcentaje mayor de normativas y regulaciones frente al tema.

Entonces, podría decirse que todo lo que se adquiriera por internet sin ir al sitio físico de venta generando una transacción monetaria se podría considerar como una compra online. Este es un aspecto que con los años ha adquirido una fuerza notable, al menos en Colombia. Al

respecto (MinTIC, 2019) realiza un estudio realizado a mujeres y hombres entre los 15 y 75 años de edad por medio de aplicación de entrevistas a una población muestra de 2.103 personas con un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 2,6%, donde se caracterizan las tendencias del eCommerce por medio de la valoración de 12 indicadores relacionados a continuación:

Tabla 7. Indicadores eCommerce

FASES CADENA VALOR		NOMBRE DEL INDICADOR	PREGUNTA EN EL FORMULARIO
 ACCESO		Punto de acceso a la consulta de bienes y servicios en línea	9
		Experiencia omnicanal previa a la compra	9
		Nivel de satisfacción con la experiencia de búsqueda	11
 COMPRA		Tipo de dispositivos y tecnología usados para la compra	14
		Nivel de satisfacción con la experiencia de compra	15
 PAGO		Métodos de pago usados	18
		Principales ventajas y desventajas asociadas a la compra	19
 LOGISTICA		Método preferido de envío y entrega	20
		Problemas durante el envío del producto	21 y 22
		Nivel de satisfacción con el proceso de envío	24
 POSTVENTA		Problemas durante la devolución del producto	25 y 26
		Nivel de satisfacción del servicio postventa	28

Fuente: (MinTIC, 2019)

De lo anterior, se pudo establecer acorde a (MinTIC, 2019) los siguientes resultados:

- El 90% de los internautas realiza actividades de comercio electrónico.
- Cerca del 20% hace el eCommerce: compra y paga en línea.

- El 98% que utiliza el internet son mayores de 15 años, alrededor de 12.730.865 millones de personas.
- El 91% realiza actividades de comercio electrónico lo cual indica que 9 de cada 10 personas mayores de 15 años usuarios de internet, realizan alguna de las actividades de comercio electrónico. Número de internautas que hacen comercio electrónico: 11.676.295
- El 19% realiza eCommerce lo cual representa que 2 de cada 10 personas mayores de 15 años usuarios de internet, realizan eCommerce (Compra y paga en línea). Número de internautas que hacen ecommerce 2. 425.927.

Con estas cifras, el estudio permite definir un perfil para el comprador en línea el cual, sin duda es de importancia para la presente investigación lo cual se indica en:

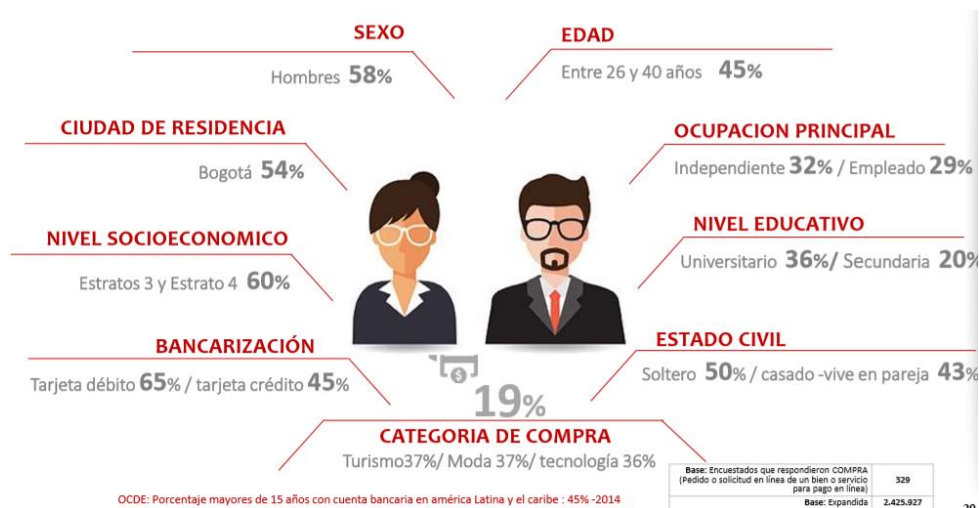


Grafico 2. Perfil de comprador 100% online – eCommerce Hace pedido y pago en línea.

Fuente: (MinTIC, 2019)

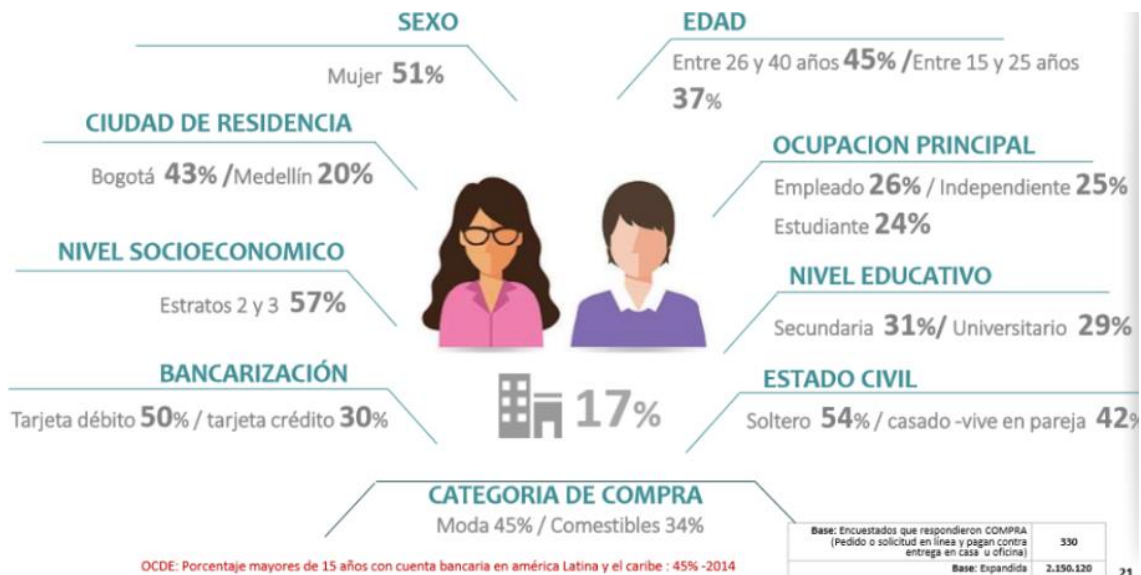


Grafico 3. Perfil de comprador online y offline – eCommerce Hace pedido y paga contra entrega en casa u oficina.

Fuente: (MinTIC, 2019)



Grafico 4. Perfil de comprador online y offline – eCommerce Hace pedido y paga en tienda o punto de recaudo.

Fuente: (MinTIC, 2019)

De lo anterior se puede concluir que; los compradores electrónicos puros o mixtos, presentan una tendencia de comprar en la categoría común de modas, además que las dos terceras partes de estos buscan tecnología y solo una tercera parte busca temas de turismo. Así mismo, que entre el 43 y 54% reside en la ciudad de Bogotá y entre el 26% y 36% es universitario.

Entendiendo entonces que el colchón podrá incluirse en la categoría de compras relativas a productos para el **hogar**, se obtiene la siguiente información:

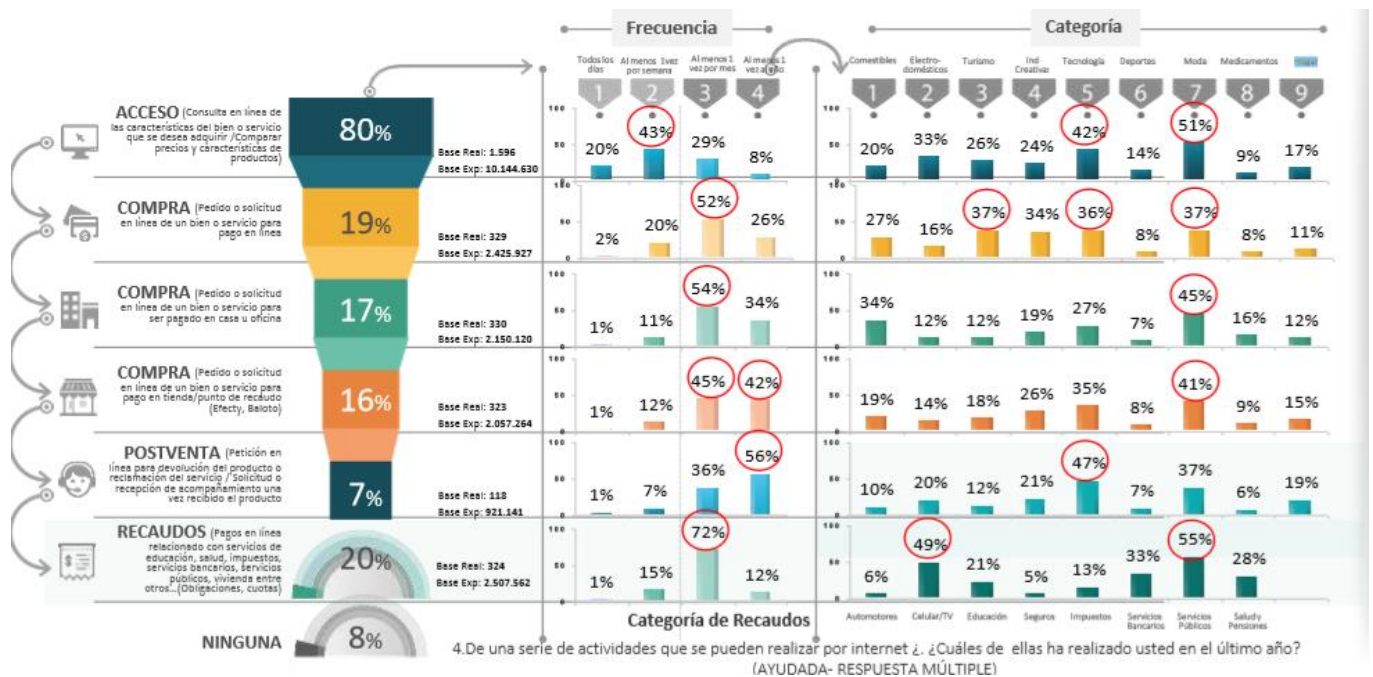


Grafico 5. Acceso al portal de compra o búsqueda en los sitios web, lo cual determina una alta participación de la población en el comercio electrónico

Fuente: (MinTIC, 2019)

De lo anterior se obtiene que las personas realizan en un 43% el acceso a internet al menos 1 vez a la semana para consulta de características del bien o servicio que se desea para adquirir en la compra buscando solo en un 17% productos para el hogar.

En cuanto a la compra en línea y pago en línea; se indica que se hace al menos 1 vez al mes en un 52% de las personas de lo cual solo el 11% realiza adquisiciones de productos para el hogar.

Así mismo, en lo referente a la compra en línea y pago en la casa se observa que se da en un porcentaje del 54% al menos una vez al mes obteniendo solo el 12% de adquisiciones en la categoría de hogar.

Por último, en las compras pedidas por internet, pero pagadas en un punto de recaudo como efecty o Baloto, se presenta al menos en 1 vez al mes el 45% y al menos una vez al año un 42%, representando un 87% del total de los encuestados un porcentaje del 15% de productos para el hogar, el más alto hasta el momento.

Dicho estudio también indica que; los Bogotanos son los mayores usuarios de los buscadores representándose en un 80%. El mismo, también establece que los productos para el hogar se compran por medio de un celular/Smartphone en un 59%, por medio de un computador portátil un 25% y por un computador de escritorio un 16%.

Teniendo en cuenta los diferentes resultados extraídos del estudio previo, se considera que; valdría la pena establecer el proceso de compra dictaminado por los compradores de productos para el hogar en la subdivisión de colchones sin tener en cuenta los distribuidores o intermediarios, por medio de las diferentes plataformas a disposición vía online para Colombia establecidas por el buscador google, en orden de aparición se tomarán los 4 primeros, los cuales se relacionan a continuación:

- Colchones Pullman



(Colchones Pullman, Sf) no establece un proceso de paso a paso en alguna sección específica de su página, lo cual, invita al comprador a hacer una compra intuitiva, realizando un ejercicio práctico que se pasa por los siguientes pasos:

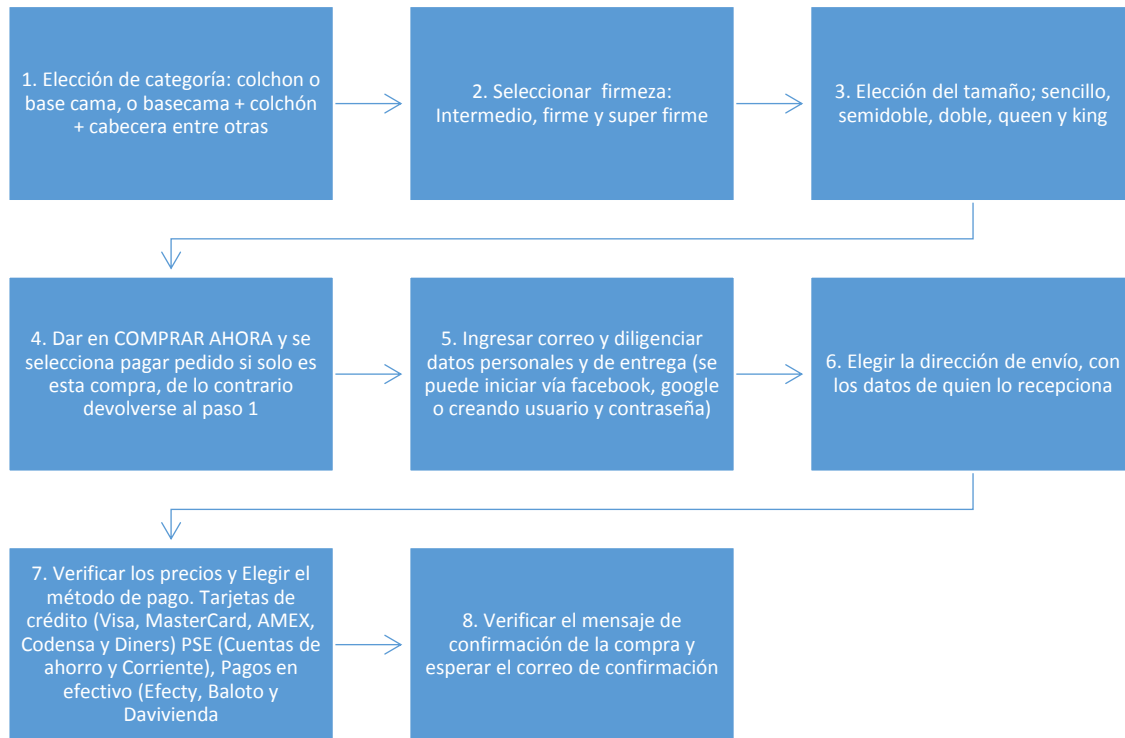


Figura 1. Proceso de compra en línea Colchones Pullman

Fuente: Autoría Propia con información de Colchones Pullman

#### Datos importantes

- Los precios de la página y los presenciales pueden variar acorde a las ofertas vigentes.
- Los pedidos tardan de 7-10 días hábiles.
- Hay rastreo de pedidos solo de lunes a viernes de 8 am a 5 pm y sábados de 9am a 1pm.

- En caso de problemas con la compra se debe escribir al WhatsApp 300 7066412. De lunes a viernes de 8am a 5pm
- La seguridad de compra se refiere a: El sitio web cuenta con certificación PCI-DSS Nivel 1 (Estándar global de seguridad para procesamiento de tarjetas de crédito) y Certificado de seguridad SSL (Protocolo criptográfico que proporciona comunicaciones seguras). Estos mismos certificados son aplicados por nuestro proveedor para el procesamiento del pago.

- Colchones el dorado

(Colchones el dorado, 2018) al igual que Colchones Pullman, no establece un proceso de paso a paso en alguna sección específica de su página, lo cual, invita al comprador a hacer una compra intuitiva, realizando un ejercicio práctico se pasa por los siguientes pasos:

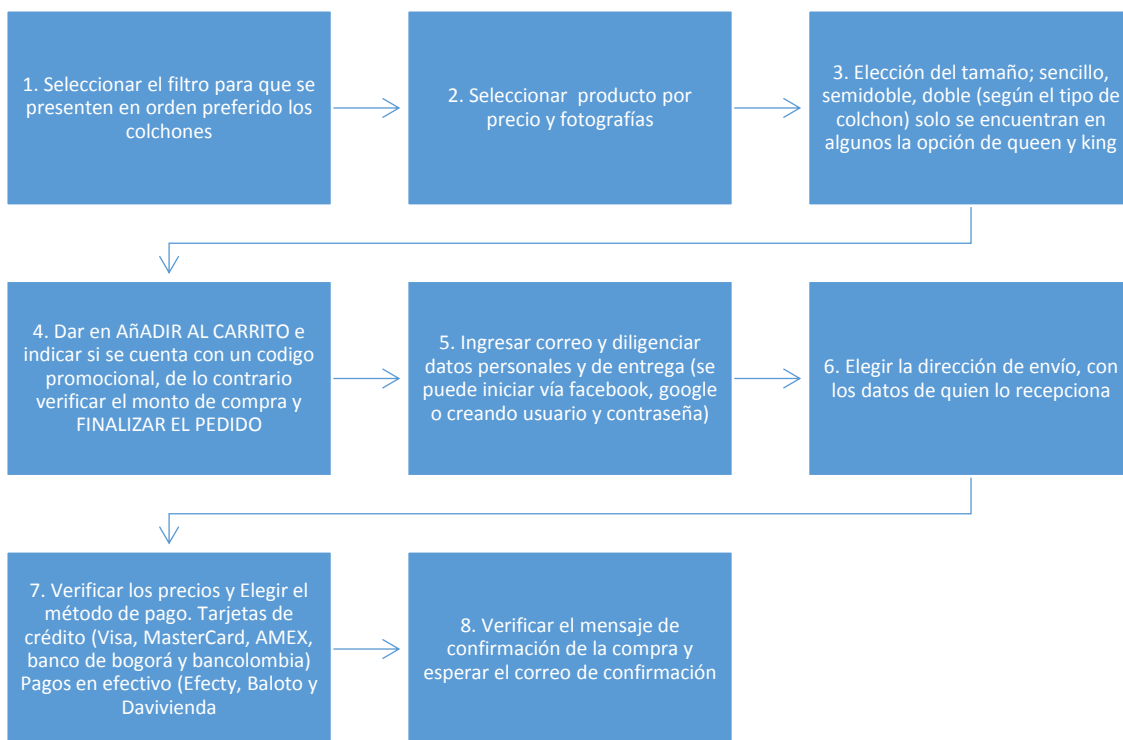


Figura 2. Proceso de compra en línea Colchones el Dorado.

Fuente: Autoría Propia con información de Colchones el Dorado.

### Datos importantes

- Solo existe un chat para preguntas no hay preguntas frecuentes.

- Colchones Paraíso

Según lo dispuesto en la sección de preguntas frecuentes de (Colchones Paraiso, Sf); indica específicamente lo siguiente “Ingresas a nuestro portal [www.colchonesparaiso.com.co](http://www.colchonesparaiso.com.co), seleccionas el o los productos que estás interesado (a), los agregas al carrito de compras y el sistema te va guiando.” Como la aplicación del ejercicio es verificar el proceso, se procede a continuación a ilustrar el paso a paso:

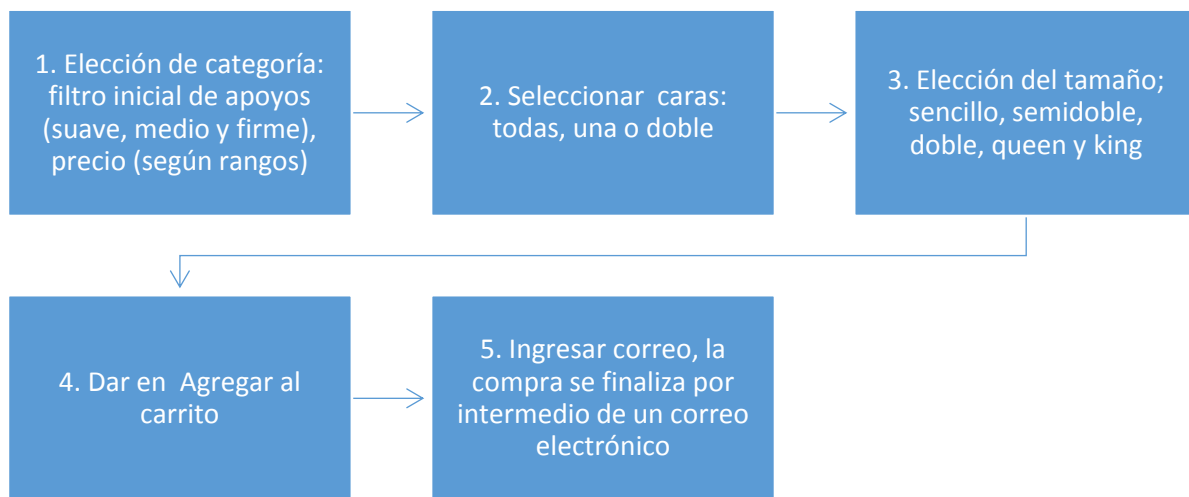


Figura 3. Proceso de compra en línea Colchones Paraíso.

Fuente: Autoría Propia con información de Colchones Paraíso.

### Datos importantes:

- El chat de ventas telefónicas se activa con cada cambio de sección de la página

- Existe una sección para solicitar el crédito directo con paraíso
- Colchones Spring

Acorde a (Spring, 2019) para compras online se sigue el siguiente proceso:

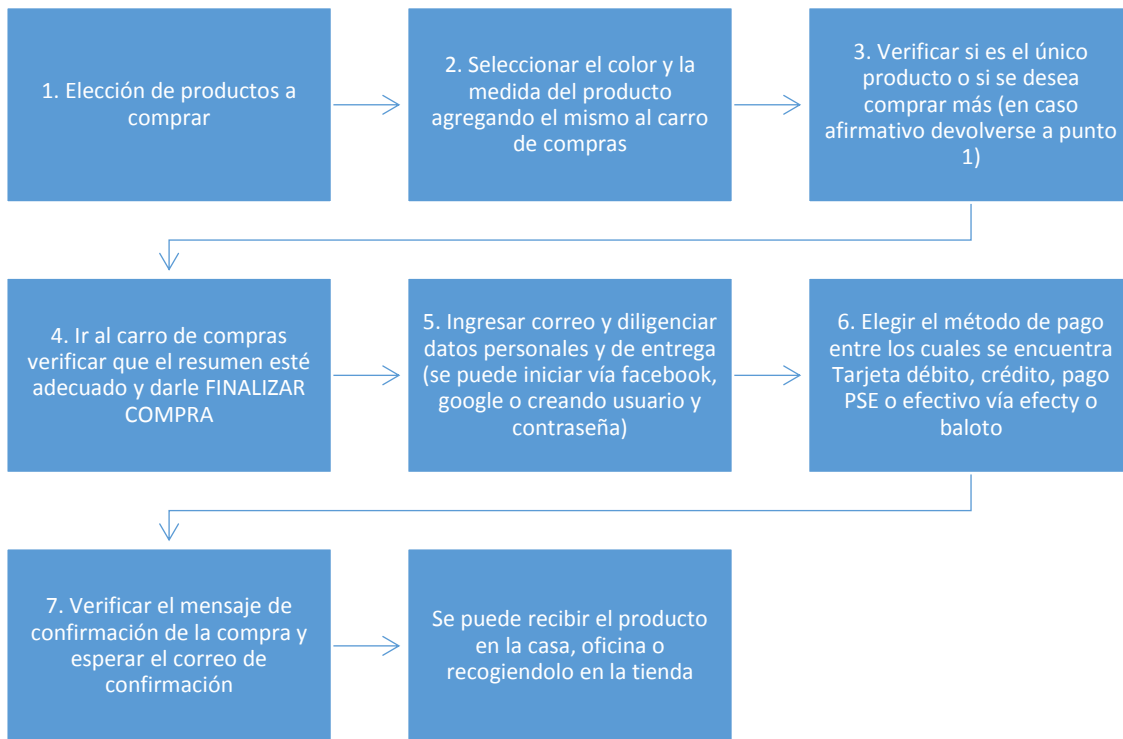


Figura 4. Proceso de compra en línea Colchones Spring.

Fuente: Autoría Propia con información de Colchones Spring.

Datos importantes:

- Comprar en [www.colchonespring.com.co](http://www.colchonespring.com.co) es seguro. Nuestra plataforma tecnológica de comercio electrónico VTEX y nuestro aliado de pagos PAYU LATAM cuentan con la certificación PCI DSS para el manejo seguro de la información de tarjetas de crédito. Adicionalmente en nuestra

política de privacidad puedes consultar el manejo de tus datos personales, para más información haz clic aquí.

- Envío gratis para colchones o combos.
- Duración de entrega 15 días hábiles.

De lo anterior se puede concluir lo siguiente:

- La mayoría de páginas presentan una forma de compra amigable, casi intuitiva para cualquier usuario constante de internet.
- Presenta una limitante de instrucciones para usuarios primerizos
- Se presentan medios de pagos: Tarjetas de crédito (Visa, MasterCard, AMEX, banco de Bogotá y Bancolombia) Pagos en efectivo (Efecty, Baloto y Davivienda).
- Solo se cuenta con una página con crédito directo.
- La mayoría de las páginas tienen sección de chat.
- Solo una página tiene certificado de seguridad propio para la página.
- En la mayoría de páginas se presenta una sección de preguntas frecuentes que ayuda al usuario a obtener información adicional del proceso de compra, pagos, envíos entre otras.

### **3.1.2 Compra presencial**

La compra presencial de un colchón no es únicamente el acto de dirigirse a las tiendas y adquirir el producto deseado, pues, detrás de esto, existe toda una estrategia de canales de ventas asociados a la misma acción de comprar.

- Canales de Ventas o distribución

Los canales de ventas o distribución acorde a (Lisiak, 2017) son aquellos canales “por los cuales es posible vender un producto” según Lisiak existen 3 formas de canales de distribución y ventas normalmente utilizados por los negocios definidos a continuación:

**Sistema de distribución exclusiva:** En este formato de distribución el propio fabricante elige sus revendedores, utilizándolos a distribuir de manera exclusiva los productos y controlando gran parte de las actividades de estos revendedores.

**Sistema de distribución selectiva:** Ocurre cuando el fabricante vende mediante un grupo seleccionado de intermediarios. Es utilizado cuando la naturaleza del negocio necesita de valorización.

**Sistema de distribución intensiva:** Aplica la lógica del cuanto más, mejor. Esta popularización del producto es saludable cuando los mismos son de alto consumo y poco valor agregado. Un excelente ejemplo son los productos de higiene y los alimenticios.

Lo anterior aplicado al mercado objeto de la investigación, lo explica (Goyeneche, Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno Competitivo, 2014), quien indica que en la ciudad de Bogotá se encuentran concentraciones por zonificaciones en estructuras de ventas de colchón entre pequeñas, grandes y medianas como se muestra en la figura a continuación:

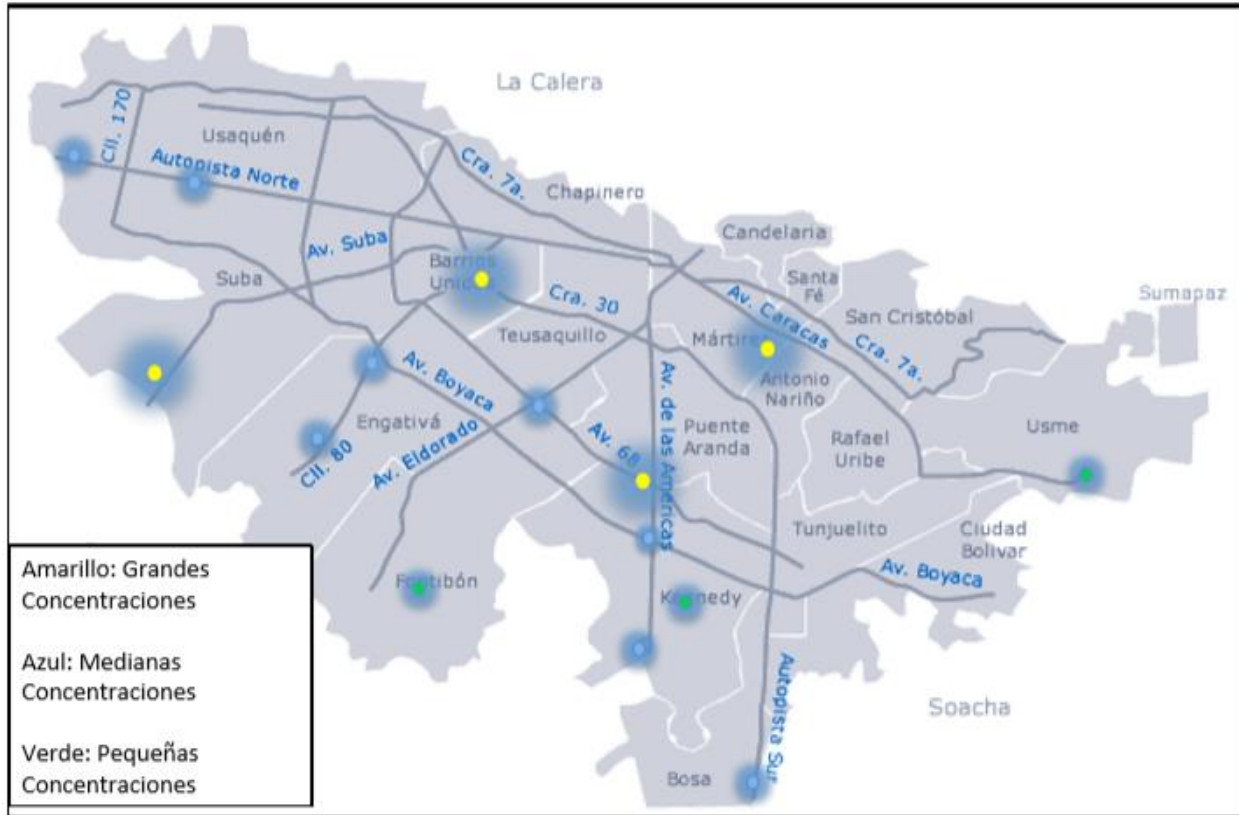


Figura 5. Mapa de Concentración de Comercios (Zonas Colchoneras) de colchones en Bogotá  
 Fuente: (Goyeneche, Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno Competitivo, 2014).

Así mismo presenta los siguientes porcentajes de participación según el tipo de canal:

Tabla 8. Canales de Ventas

Lugar de Compra	Participación
Zona Colchonera	54%
Centro Comercial	25%
Gran Superficie	16%
Feria del Hogar	2%
Catalogo	2%
Evento	1%

Fuente: (Goyeneche, Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno Competitivo, 2014)

De lo anterior, (Goyeneche, Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno Competitivo, 2014) indica las siguientes conclusiones relevantes:

- El canal de participación mayor son las zonas colchoneras entendiendo las mismas como aquellas zonas donde se mantienen juntas varias empresas colchoneras en una misma ubicación geográficas.
- Lo anterior seguido de los centros comerciales y las grandes superficies, las cuales en conjunto superan el 40%.
- En un último lugar se encuentran las ferias, los catálogos y los eventos, todos canales distintos al virtual previamente analizado.
- Se menciona también la importancia del sector hotelero como un canal de ventas autónomo pues los consumos de este tipo de canales marcan un volumen que podría ser importante en una venta específica.

- Paso a Paso de compra

En materia de compras presenciales, se han consultado diferentes fuentes dentro de las cuales se sondea información referente a los diferentes paso a paso que pueden seguirse al momento de comprar un colchón, con lo cual se construye la siguiente tabla:

Tabla 9. Pasos para la elección de un colchón

<b>Pasos</b>	(TEMPUR-PEDIC, Sf)	(Consumer Reports, 2017)	(WikiHow, Sf)	<b>Pasos Comunes</b>
--------------	--------------------	--------------------------	---------------	----------------------



<b>Pasos</b>	(TEMPUR-PEDIC, Sf)	(Consumer Reports, 2017)	(WikiHow, Sf)	<b>Pasos Comunes</b>
1	Examine su colchón actual: Identificar si es tiempo para cambiarlo	Descubre lecciones sobre tu antigua cama	Examine su colchón actual: tamaño, textura, experiencia previa	Examine
2	Escoger el tamaño: Acorde al espacio de su habitación	Apréndete la tienda de colchones: visita las que puedas y pruébalos	Haz una investigación de posibles opciones: busca alternativas	Investigue
3	Hable con su médico: si posee condiciones de salud específicas	Considera comprar en línea	Analiza a fondo las opciones que ofrece un vendedor especializado: ir al sitio e investigar	Analice con ayuda de médicos y/o vendedor especializado
4	Investigue: Consulta con los fabricantes	Nunca pagues el precio completo: negocia	Ten en cuenta los servicios que ofrece el vendedor	Negocia
5	Asista a la tienda de colchones: pruebe el colchón	Utiliza bien el periodo de prueba: identifique el comportamiento del control	Compra el colchón y averigua los servicios adicionales	Prueba y servicios adicionales

<b>Pasos</b>	(TEMPUR-PEDIC, Sf)	(Consumer Reports, 2017)	(WikiHow, Sf)	<b>Pasos Comunes</b>
6	Cuando sea posible, solicite un periodo de prueba	Devoluciones exitosas	Prepárate para recibirlo	Preparación
7	Pregunte por la garantía: conozca su garantía	Haz que el colchón dure	Disfrútelo	Uso, garantía y disfrute

Fuente: Autoría propia

Para cualquier proceso de compra presencial, se recomienda en todos los casos expuestos previamente realizar una investigación tanto del colchón previo para ver qué aspectos pueden tomarse en consideración, hasta una investigación de las ofertas de mercado y como complemento la asesoría de un experto, de preferencia un médico, por lo tanto, se puede determinar que es importante considerar conocer este paso a paso.

#### **4. Incidencia del factor salud en la compra de colchones.**

Para la recolección de datos se seguirá una investigación exploratoria de tipo cualitativa para lo cual, se procede al diseño de 3 instrumentos que buscarán recolectar información con la finalidad de consolidarla para su posterior análisis e identificación de puntos críticos considerados como factores cruciales que ayuden a la consecución del objetivo de esta investigación, dentro de los cuales se encuentran:

- Entrevista a profundidad dirigida a Médicos
- Entrevista a profundidad a vendedores
- Entrevista a profundidad a compradores.

El objeto y población de muestra de cada una de las anteriores es descrita a continuación:

##### **4.1 Entrevista a profundidad a médicos**

(Izcara & Andrade, 2003) Define la entrevista en profundidad como:

Es la técnica de investigación más frecuentemente usada en el ámbito de la sociología cualitativa. Esta técnica se caracteriza por un formato flexible, a través del cual se escudriña la singularidad de la experiencia vital de los actores sociales. El ritmo de la entrevista en profundidad es el de una conversación normal. Sigue el modelo de una conversación entre iguales (...).

En cuanto a la técnica (Robles, 2011) indica que:

Antes de hacer mención de cómo estructurar las entrevistas en profundidad, es importante enfatizar que debemos construir perfiles específicos de estudio, aspectos básicos tales como edad, sexo, estado civil o nivel de estudios, por mencionar algunos. Lo anterior permitirá tener

claras las características de las personas que serán entrevistadas para buscar y diseñar las más estrategias adecuadas de vinculación.

La entrevista en profundidad se basa en el seguimiento de un guion de entrevista, en él se plasman todos los tópicos que se desean abordar a lo largo de los encuentros, por lo que previo a la sesión se deben preparar los temas que se discutirán, con el fin de controlar los tiempos, distinguir los temas por importancia y evitar extravíos y dispersiones por parte del entrevistado.

Así las cosas, se seguirá la estructura mencionada previamente con una población inicial de 41 acorde a lo calculado anteriormente, aplicando el Anexo 1, para la misma se utiliza un mecanismo virtual de recolección de información de encuestas conocido como Google Forms<sup>6</sup>, lo cual arrojó un compilado en Excel; Anexo 3, es importante acotar que el valor de encuestas en los médicos se reduce dado a la gran ocupación de los médicos en la actualidad dado al COVID-19<sup>7</sup>, por lo tanto, solo se pudieron obtener 5 encuestas, lo cual resume lo siguiente:

- **Resultados estadísticos: (Ver todas las preguntas en anexos)**
  - Pregunta 4

---

<sup>6</sup> G Suite By Google Cloud. 2019. Encuestas y formularios fáciles de crear para todo el mundo. Sin cargo adicional.

<sup>7</sup> *Ibíd.*

¿Hace cuánto es usted médico?  
5 respuestas

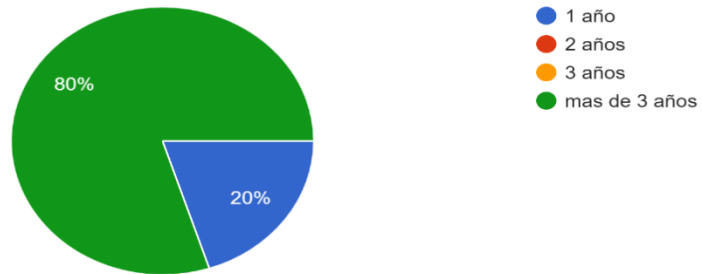


Gráfico 6. Experiencia médicos

Fuente: Encuesta de profundidad a médicos

El 80% de la población tiene más de 3 años de experiencia.

- Pregunta 5 y 6

¿Ha tenido casos con algún referente de patología lumbar?  
5 respuestas

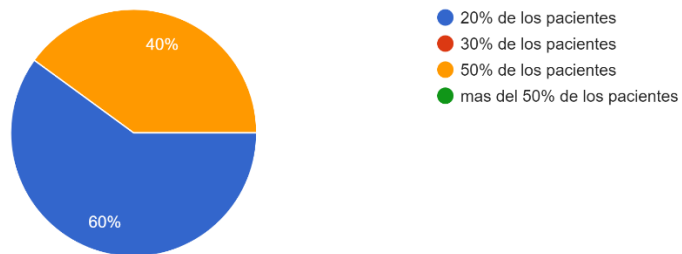


Gráfico 7. Experiencia en patologías lumbares médicos

Fuente: Encuesta de profundidad a médicos

El 100% de la población ha tenido casos, el 60% en relación al 20% del total de sus pacientes, y el 40% en relación al 50% de los pacientes.

- Pregunta 7

¿En su experiencia; el colchón es importante para el descanso?  
5 respuestas

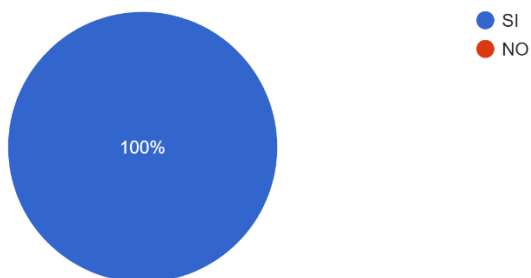


Grafico 8. Importancia del colchón para el descanso (médicos)

Fuente: Encuesta de profundidad a médicos

El 100% indica que sí.

- Pregunta 7

¿Qué factores considera usted que intervienen en el descanso adecuado? Puede seleccionar mas de una opción  
5 respuestas

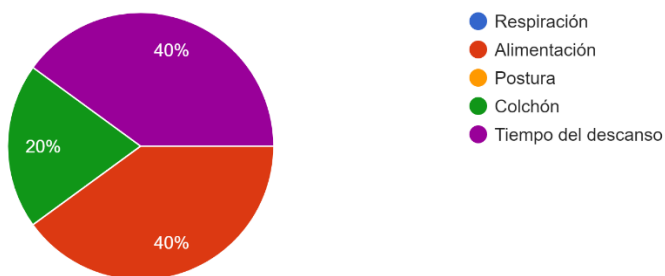


Grafico 9. Factores en el descanso adecuado (médicos)

Fuente: Encuesta de profundidad a médicos

El 80% indica que es el tiempo y la alimentación, mientras que el 20% es el colchón.

- Pregunta 8

¿Un descanso adecuado influye en la salud de un paciente?  
5 respuestas

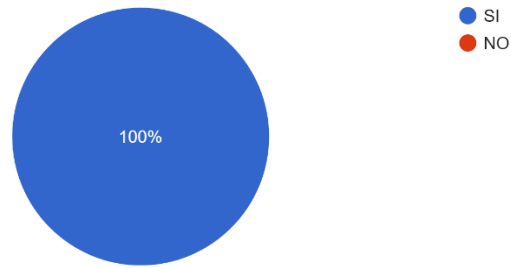


Grafico 10. Descanso adecuado y la salud (médicos)

Fuente: Encuesta de profundidad a médicos

El 100% indica que sí.

- Pregunta 9

¿Considera que existe alguna relación entre el descanso y el colchón? Si o No, ¿Por qué?  
5 respuestas

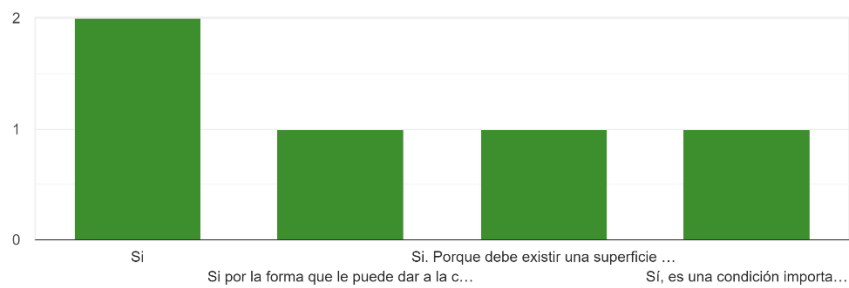


Grafico 11. Relación entre el descanso y colchón (médicos)

Fuente: Encuesta de profundidad a médicos

El 100% indica que sí, dado a que:

- Es una condición importante para dormir mejor.

- Debe existir una superficie adecuada para el reposo y el sueño profundo ya que en el sueño profundo hay relajación muscular y si no existe una superficie de descanso adecuada puede generar mal posicionamiento del eje de la columna y como no hay músculos activos en hacer una contra respuesta a una superficie no apta puede generar entonces dolores musculares en la zona cervical torácica y lumbar.
- Por la forma que le puede dar a la columna.

- Pregunta 10

Tabla 10. ¿Qué consideraría usted un descanso adecuado?

¿Qué consideraría usted un descanso adecuado?

5 respuestas

8 horas
Dormir entre 7-8 horas al día, a oscuras, conservandi buenas posturas
Un descanso adecuado es Un sueño profundo o reposo en donde además el eje cervical, torácico y lumbar esten lo más alineados posible, para que no haya hiperextension de los grupos musculares de dichas zonas.
Levantarse con energía y de buen ánimo

Fuente: Encuesta de profundidad a médicos.

Acorde a las respuestas obtenidas, el 60% indica que, entre 7 y 8 horas, mientras que el 40% indica que son temas de percepción de descanso y energía.

- Pregunta 11

Tabla 11. ¿Considera usted que existe alguna relación entre el colchón y la salud?



¿Considera usted que existe alguna relación entre la salud y el colchón?. indique por qué?

5 respuestas

No
Claro, un colchón de buena calidad se traduce en menos molestias físicas y mejor del sueño
una superficie apta de descanso que en este caso es el colchón es un gran coadyuvante para un buen sueño y reposo. además es vital para evitar enfermedades cardiovasculares que se han relacionado con un descanso no adecuado, obesidad, dolores crónicos y falta de productividad en las actividades diarias por el mal descanso.
Si es un mal colchón la postura puede ser inapropiada y generar contracturas

Fuente: Encuesta de profundidad a médicos.

Acorde a las respuestas obtenidas, el 60% indica que sí, mientras que el 40% indica que no. Al 60% les parece afirmativa la respuesta porqué:

- Un colchón de buena calidad se traduce en menos molestias físicas y mejor del sueño
  - Una superficie apta de descanso que en este caso es el colchón es un gran coadyuvante para un buen sueño y reposo. Además, es vital para evitar enfermedades cardiovasculares que se han relacionado con un descanso no adecuado, obesidad, dolores crónicos y falta de productividad en las actividades diarias por el mal descanso.
  - Si es un mal colchón la postura puede ser inapropiada y generar contracturas
- Pregunta 12

Tabla 12. ¿Qué tan importante es la selección de un colchón adecuado para la salud de un paciente SIN antecedentes médicos relacionados al uso del colchón?

¿Qué tan importante es la selección de un colchón adecuado para la salud de un paciente SIN antecedentes médicos relacionados al uso del colchón? Explique por favor su respuesta.

5 respuestas

No
Muy importante
Supremamente importante. La evidencia ha demostrado que un buen sueño tiene una serie de elementos fisiológicos reparadores que intervienen neurologicamente, muscularmente, cardiovascularmente y respiratoriamente en todos los pacientes con o sin patología relacionada al uso del colchón. Un mal descanso puede influir en muchas enfermedades concomitantes que no estén relacionadas directamente al uso del colchón.
Es importante para conservar la alineación y curvatura de la columna

Fuente: Encuesta de profundidad a médicos

Acorde a las respuestas obtenidas, el 60% indica que sí, mientras que el 40% indica que no. Al 60% les parece afirmativa la respuesta porqué:

- La evidencia ha demostrado que un buen sueño tiene una serie de elementos fisiológicos reparadores que intervienen neurológicamente, muscularmente, cardiovascularmente y respiratoriamente en todos los pacientes con o sin patología relacionada al uso del colchón. Un mal descanso puede influir en muchas enfermedades concomitantes que no estén relacionadas directamente al uso del colchón.
  - Es importante para conservar la alineación y curvatura de la columna.
- Pregunta 13

Tabla 13. ¿Qué aspectos considera importante o relevantes al momento del escoger un colchón teniendo en cuenta su incidencia en la salud?

¿Qué aspectos considera importantes o relevantes al momento de escoger un colchón teniendo en cuenta su incidencia en la salud?

5 respuestas

No

Textura, tamaño, vida útil

Firmeza. Suavidad. Variedad de posición (que se pueda inclinar o no) elementos hipoalergénicos en su estructura.

Que sea ortopédico o de buena calidad

Fuente: Encuesta de profundidad a médicos

Acorde a las respuestas obtenidas, el 60% indica que es:

- Textura, tamaño, vida útil
- Firmeza. Suavidad. Variedad de posición (que se pueda inclinar o no) elementos hipoalergénicos en su estructura.
- Que sea ortopédico o de buena calidad

#### 4.1.1 Entrevista a profundidad a vendedores

Seguirá la estructura mencionada previamente, para lo cual se define la siguiente población muestral de 37 encuestados, acorde al Anexo 3, para la misma se utiliza un mecanismo virtual de recolección de información de encuestas conocido como Google Forms<sup>8</sup>, lo cual arrojó un compilado en Excel; Anexo 4, las primeras 2 preguntas se encuentran asociadas con nombre y profesión, lo cual no se analizará maestralmente, para todo lo demás se resume lo siguiente:

- **Resultados estadísticos: (Ver todas las preguntas en anexos)**

---

<sup>8</sup> G Suite By Google Cloud. 2019. Encuestas y formularios fáciles de crear para todo el mundo. Sin cargo adicional.

- Pregunta 3: En su experiencia, ¿cuántos clientes al mes consultan acerca del colchón y su incidencia en la salud?

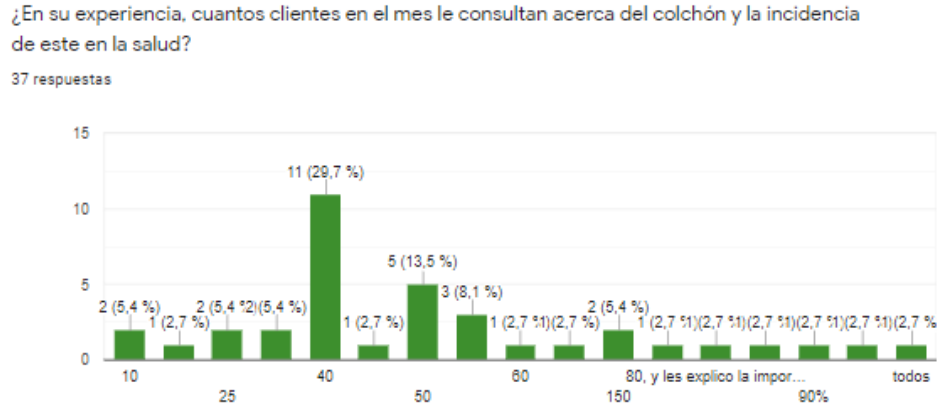


Grafico 12. Preguntas del cliente colchón e incidencia en la salud

Fuente: Encuesta de profundidad vendedores

El 51.3% de los encuestados ubican la cantidad entre 10 y 45 personas mientras que el 48,7% restante indica que son entre el 50 y todos.

- Pregunta 4

¿Usted recibe capacitación referente a la importancia del colchón y la salud?

37 respuestas

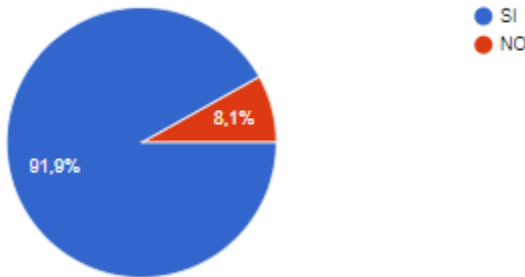


Grafico 13. Capacitación del colchón y la salud

Fuente: Encuesta de profundidad vendedores

EL 91,9% de los encuestados indica de manera afirmativa que ha recibido capacitación sobre la importancia del colchón y la salud.

- Pregunta 5

Tabla 14. Factores de la salud relacionados con el uso del colchón

¿Qué factores referentes a la salud relaciona usted con el uso del colchón?  
37 respuestas

Descanso, confort, comodidad, normas de higiene y garantía.
Salud e higiene
Dolor de espalda.
Lumbagos, dolor de espalda, mala postura
Pienso que el colchón es importante para descansar y no tener ningún tipo de dolor de espalda
La firmeza deseada, los materiales, la postura al dormir, si sufre de alguna enfermedad
Peso, edad y problemas de cintura, espalda y columna
Salud corporal, salud mental, salud física, salud espiritual.
Higiene, ácaros, alergias, dolor de espalda o columna, etc

Fuente: Encuesta de profundidad vendedores

Dentro de los factores se encuentra:

- Higiene: Descanso, confort, comodidad, normas de higiene y garantía.
  - Físicos: Peso, edad, problemas de cintura, problemas de espalda, espalda en general, y columna, comodidad, postura
  - Salud corporal, salud mental, salud física, salud espiritual.
  - Materiales: La firmeza deseada, los materiales, la postura al dormir, si sufre de alguna enfermedad
- Pregunta 6

¿Usted indaga acerca del conocimiento del cliente acerca del colchón?  
37 respuestas

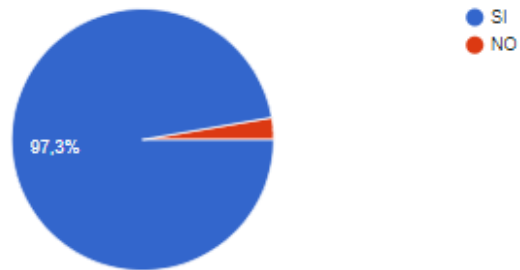


Gráfico 14. Conocimiento del cliente acerca del colchón

Fuente: Encuesta de profundidad vendedores

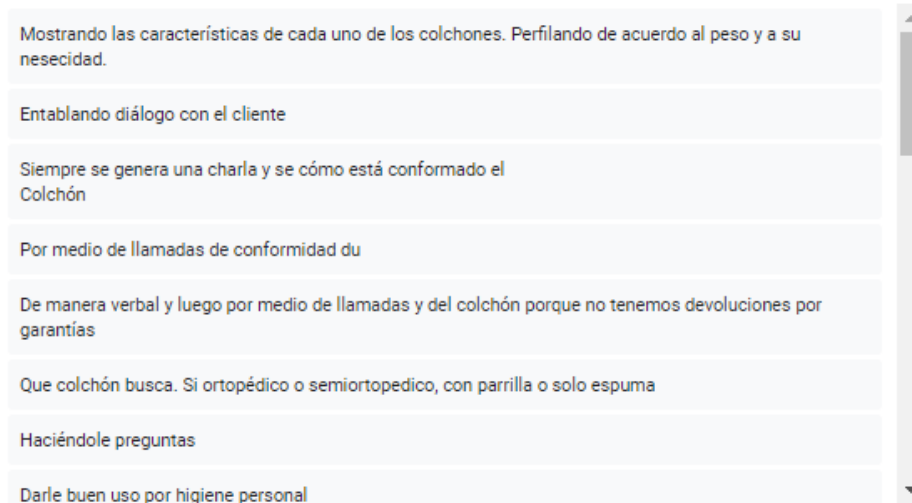
El 97,3% indica que indaga acerca del conocimiento que presenta el cliente acerca del colchón.

- Pregunta 7

Tabla 15. ¿Cómo indaga acerca del conocimiento del cliente y del colchón?

¿Cómo indaga acerca del conocimiento del cliente y del colchón?

37 respuestas



Mostrando las características de cada uno de los colchones. Perfilando de acuerdo al peso y a su necesidad.
Entablando diálogo con el cliente
Siempre se genera una charla y se cómo está conformado el Colchón
Por medio de llamadas de conformidad du
De manera verbal y luego por medio de llamadas y del colchón porque no tenemos devoluciones por garantías
Que colchón busca. Si ortopédico o semiortopedico, con parrilla o solo espuma
Haciéndole preguntas
Darle buen uso por higiene personal

Fuente: Encuesta de profundidad vendedores

Las vías principales de adquisición de conocimiento son:

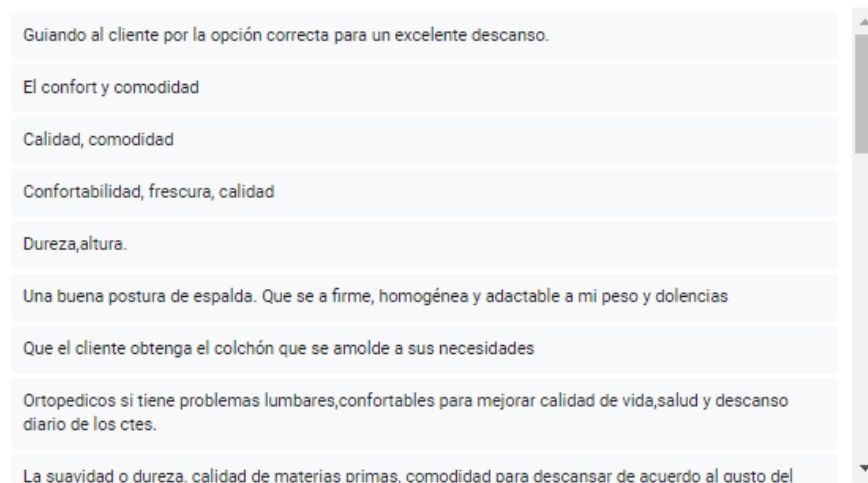
- De manera verbal presencial o llamadas
- Por medio de la realización de preguntas
- Relacionando el tema con la higiene
- Relacionando el tema con el confort y comodidad
- Relacionando el tema con los dolores de espalda y/o mal dormir
- Relacionando el tema con la salud de la espalda
- Relacionando el tema con la firmeza deseada
- Relacionando el tema con peso, altura, resistencia.

- Pregunta 9

Tabla 16. ¿Qué aspectos considera importantes o relevantes al momento de escoger un colchón, teniendo en cuenta su salud.?

¿Qué aspectos considera importantes o relevantes al momento de escoger un colchón teniendo en cuenta su incidencia en la salud?

37 respuestas



Guiando al cliente por la opción correcta para un excelente descanso.
El confort y comodidad
Calidad, comodidad
Confortabilidad, frescura, calidad
Dureza, altura.
Una buena postura de espalda. Que se a firme, homogénea y adaptable a mi peso y dolencias
Que el cliente obtenga el colchón que se amolde a sus necesidades
Ortopedicos si tiene problemas lumbares, confortables para mejorar calidad de vida, salud y descanso diario de los ctes.
La suavidad o dureza. calidad de materias primas. comodidad para descansar de acuerdo al gusto del

Fuente: Encuesta de profundidad vendedores

Los aspectos relevantes son:

- Guiar al cliente de manera correcta
- El confort y la comodidad
- Aspectos médicos
- Aspectos físicos; suavidad, dureza, firmeza, homogéneo, calidad en materias primas, comodidad y altura.
- Conociendo la necesidad del cliente
- Gusto del cliente por el producto



- Percepción del colchón previo
- Higiene del colchón

- Pregunta 10

Tabla 17. ¿Tiene observaciones adicionales referentes al tema?

¿Tiene observaciones adicionales referentes al tema?

37 respuestas

no
No
Ninguna
Un buen descanso en un buen colchón
Al momento de escoger un colchón lo hagamos por salud y comfor no por que es bonito o es alto o tiene más cosas llamativas.
Que hace falta mucha más capacitación sobre el tema
Como Asesora me gustaria ofrecer un excelente producto a precios cómodos q puedan adquirir todos los estratos sociales 😊...ó tener gamas diferentes que mayor número de clientes puedan adquirir.
No ninguna

Fuente: Encuesta de profundidad vendedores

Dentro de lo cual se resalta:

- Mayor capacitación,
- Importancia de que la empresa ofrezca calidad referente a las materias primas.
- Inducción en temas de marketing.
- Reforzar que es más importante la salud que la estética al momento de elegir un colchón.

### 4.1.2 Entrevista a profundidad a compradores

Seguirá la estructura mencionada previamente, para lo cual se define la siguiente población muestral de 43 encuestados, acorde al Anexo 5, para la misma se utiliza un mecanismo virtual de recolección de información de encuestas conocido como Google Forms<sup>9</sup>, lo cual arrojó un compilado en Excel; Anexo 6, mediante lo cual se resume lo siguiente:

- **Resultados estadísticos: (Ver todas las preguntas en anexos)**
- Pregunta 1

Ocupación  
43 respuestas

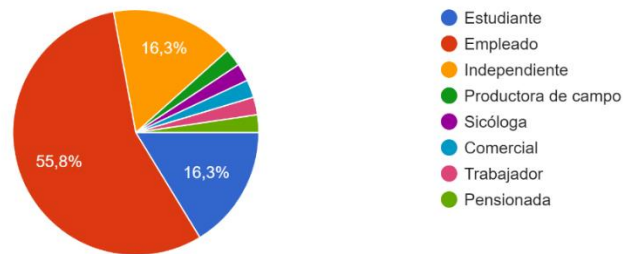


Gráfico 15. Ocupación (Compradores)

Fuente: Encuesta de profundidad compradores

En la gráfica se observa que el 55,8% son empleados, por lo tanto, se catalogan dentro del personal con poder adquisitivo, el 16,3% manifiesta ser independiente, los cuales podrían tener un nivel adquisitivo adicional. El 16,3% son estudiantes, el 11,6% restante son profesiones desde comercial, trabajador, productor de campo y psicóloga, más una última sub categoría de

---

<sup>9</sup> G Suite By Google Cloud. 2019. Encuestas y formularios fáciles de crear para todo el mundo. Sin cargo adicional.

pensionada, así las cosas, podría decirse que el 83,7% total de la muestra poseen cierto nivel de poder adquisitivo, excluyendo a los estudiantes.

- Pregunta 2

Género  
43 respuestas

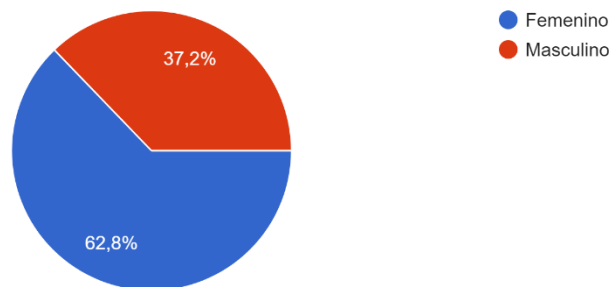


Grafico 16. Género (compradores)

Fuente: Encuesta de profundidad compradores

En materia de demografía de la población encuestada predomina el sexo femenino con un 62,8% del total de la población.

- Pregunta 3

Edad  
43 respuestas

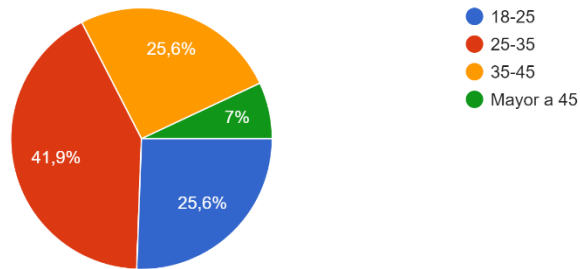


Grafico 17. Edad (compradores)

Fuente: Encuesta de profundidad compradores

En materia de demografía referente al rango de edades, el 41,9% se sitúa en las edades relativas entre 25-35 años, el 25,6% se sitúa entre el 18-25 años, el 25,6% se encuentran en edades entre el 35-45 años, el último 7% es mayor a 45 años, por lo tanto, el 93% se encuentra entre 18 y 45 años, rangos productivos.

- Pregunta 4

¿Cada cuánto usted cambia su colchón?

43 respuestas

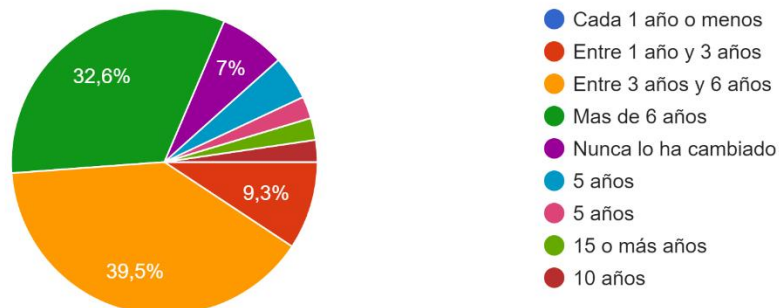


Grafico 18. Periodicidad de cambio

Fuente: Encuesta de profundidad compradores

En lo referente a cambios de colchón, el 39,5% indica que lo cambia entre 3 y 6 años, el 32,6% indica que se cambia el colchón a más de 6 años, el 9,3% indica que lo cambia en tiempos superiores a 6 años, el 7% nunca lo ha cambiado, el 11,6% restante lo cambia 5 y 15 años o más. Lo anterior indica que el 81,3% cambia su colchón entre 3 y 6 años o más.

- Pregunta 5

¿Qué motivo(s) principal(es) tiene en cuenta usted para cambiar su colchón? Puede seleccionar más de una opción  
43 respuestas

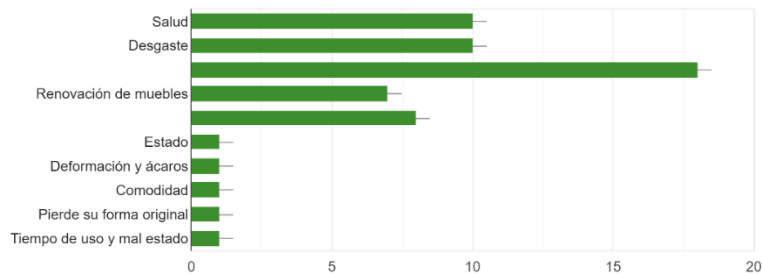


Grafico 19. Motivos principales para el cambio

Fuente: Encuesta de profundidad compradores

Dentro de los 3 principales motivos se encuentra salud, desgaste y renovación de muebles.

- Pregunta 6

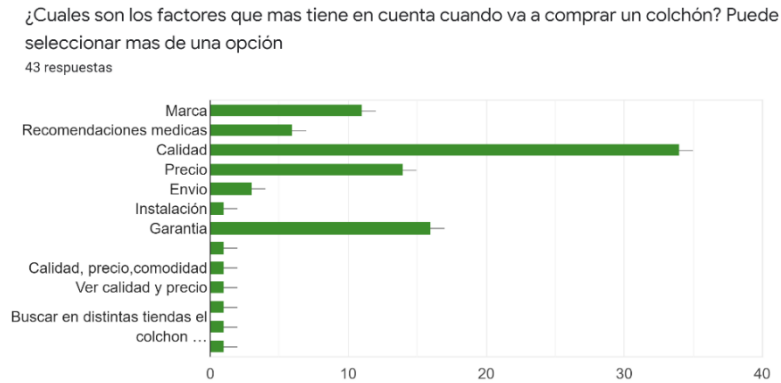


Grafico 20. Factores principales para la compra

Fuente: Encuesta de profundidad compradores

Dentro de los 4 principales motivos se encuentra salud, desgaste y renovación de muebles, marca, calidad, precio y garantía.

- **Pregunta 7**

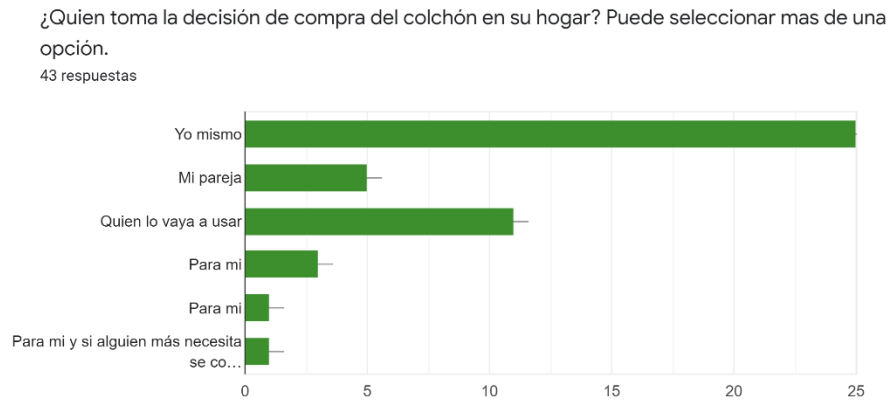


Grafico 21. Decisión de compra

Fuente: Encuesta de profundidad compradores

La principal persona que realiza la selección acorde a la encuesta es “yo mismo”, seguido por “quien lo va a usar”, seguido por mi pareja.

- Pregunta 8

¿Prefiere compra presencial u online? Describa porqué  
43 respuestas

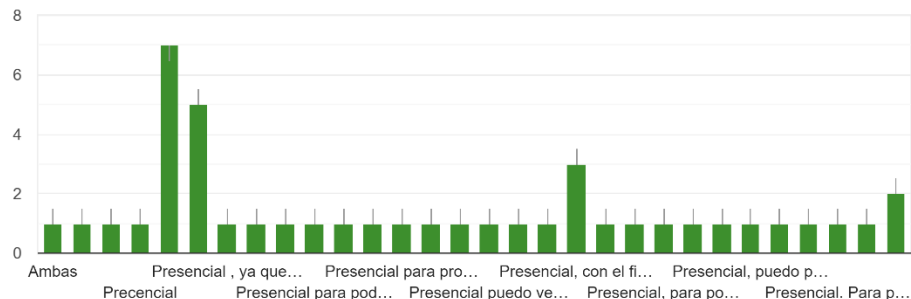


Grafico 22. Tipo de compra

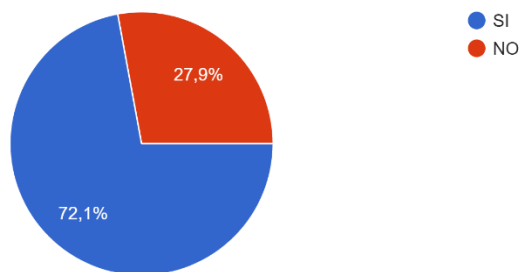
Fuente: Encuesta de profundidad compradores

La mayoría de los encuestados prefiere compra presencial, esto por las siguientes razones:

- Porque no es lo mismo ver el material y probarlo en físico que online
- Desde mi punto de vista el diferencial que pueden ofrecer los diferentes colchones del mercado únicamente se puede evidenciar probándolo. Online no tendría la sensación de acostarme por lo que no sabría cual elegir solo por medio de una imagen.
- Para poder probar que tan cómodo es.
- Voy a la tienda lo miro me acuesto y si me gusta lo compro.
- Para poder comprobar calidad y comodidad.
- Puedo probarlo.
- Porque me gusta probar el colchón.

- Ya que da la posibilidad de sentir el confort y calidad de cada uno, virtual da un vistazo. más objetivo de lo que uno realmente va a sentir.
- Debido a que es posible tomar una mejor elección frente al producto.
- Para probar el producto antes de la compra.
- Para conocer mejor el producto, poderlo ver y tocar.
- Por costumbre.
- Con el fin de conocer sus características personalmente.
- Para poder sentirlo y ver si es cómodo.
- Para garantizar el producto.
- Así veo lo que estoy comprando.
- Para probar su firmeza.
- Para entender qué tan duro es.
- Para poder presenciar qué tan duro o suave es.
- Puedo ver todas las características físicas.
- Para acostarme en él.
- Para probarlo.
- Pregunta 9

¿Sabe usted que incidencia tiene el colchón en la salud?  
43 respuestas





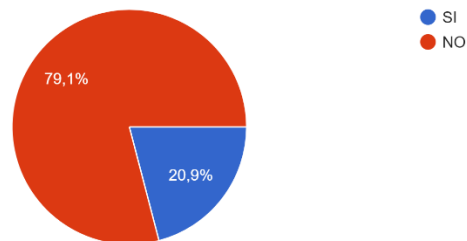
### Grafico 23. Incidencia del colchón y la salud

Fuente: Encuesta de profundidad compradores

En cuanto a la compra del colchón el 72,1% indica que conoce la incidencia que tiene el colchón en el factor salud, mientras que el otro 27,9% indica que no.

- **Pregunta 10**

¿Sufre usted de alguna dolencia o enfermedad crónica referente al descanso y/o a patologías lumbares?  
43 respuestas



### Grafico 24. Enfermedad crónica

Fuente: Encuesta de profundidad compradores

El 79,1% indica que sufre de algún tipo de patología lumbar, mientras que el 20,9% indica que no sufre de ninguna patología de tipo lumbar.

- **Pregunta 11**

¿Qué aspectos considera importantes o relevantes al momento de escoger un colchón teniendo en cuenta su incidencia en la salud? Puede seleccionar mas de una opción  
43 respuestas

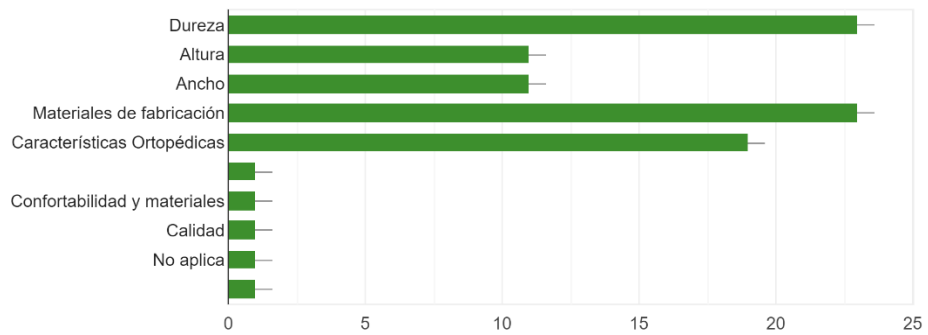


Grafico 25. Aspectos importantes en salud

Fuente: Encuesta de profundidad compradores

Dentro del porcentaje mayor más del 80% se encuentra:

- Dureza.
- Materiales de fabricación.
- Características ortopédicas.
- Altura.
- Ancho.
- Pregunta 12

Los encuestados responden lo siguiente:

Tabla 18. Tiene observaciones adicionales referentes al tema

¿Tiene observaciones adicionales referentes al tema?

10 respuestas

No

No

N/A

El colchón es el mejor descanso

Ninguna

No ninguna la entrevista fue muy completa

Tengo cirugía de columna por lo que mi colchón debe cumplir con recomendación ortopédica

Me gustaría más asesoría en el tema. Siempre quieren vender pero no entienden al consumidor para asesorar el mejor para cada persona

El tamaño es importante

Fuente: Encuesta de profundidad compradores

## **5. Resultados de la investigación**

Luego de la recolección de datos previas, en el desarrollo de este capítulo, se revisarán los diferentes resultados para extraer desde el punto de vista médico, del vendedor y de quien finalmente compra si efectivamente existe una incidencia relevante o importante del factor salud en la compra del colchón; los resultados obtenidos fueron los siguientes:

### **5.1 Compilado de resultados**

Los resultados obtenidos en compilado fueron los siguientes:

#### **5.1.1 Perfiles y experiencia**

- Médicos: Se cuenta con personal entrevistado predominante en género femenino, empleados o independientes, con edades entre 25 y 35 años y entre 1 y 3 años de experiencia en el sector salud, dentro de los cuales, todos han tenido casos asociados a desordenes osteomusculares
- Vendedores: Experiencia entre 1 y 20 años como vendedor.
- Compradores: El género predominante es el femenino, el 55,8% son empleados, por lo tanto, se catalogan dentro del personal con poder adquisitivo, el 41,9% se sitúa en las edades relativas entre 25-35 años, el 25,6% se sitúa entre el 18-25 años, el 25,6% se encuentran en edades entre el 35-45 años, el último 7% es mayor a 45 años, por lo tanto, el 93% se encuentra entre 18 y 45 años, rangos productivos, el 16,3% manifiesta ser independiente, los cuales podrían tener un nivel adquisitivo adicional. El 16,3% son estudiantes, el 11,6% restante son profesiones desde comercial, trabajador, productor de campo y psicóloga, más una última sub categoría de pensionada, así las cosas, podría decirse que el 83,7% total de la muestra poseen cierto nivel de poder adquisitivo,

excluyendo a los estudiantes. Además, el 79,1% indica que sufre de algún tipo de patología lumbar, mientras que el 20,9% indica que no.

### 5.1.2 Comparación de resultados

Para el compilado se realiza una comparación trasverlas en porcentajes y apreciaciones según la variable entre los resultados obtenidos por cada grupo entrevistados.

Tabla 19. Compilado de resultados cuantitativos

Variable	Médicos	Vendedores	Compradores
Colchón es importante para el descanso	Si. 100% de los encuestados	NA	NA
Factores que intervienen en el descanso	80% tiempo y alimentación 20% colchón	NA	NA
Descanso adecuado y la salud	Si. 100% de los encuestados	NA	NA
Relación entre el descanso y el colchón	Si. 100% de los encuestados:	NA	NA
Descanso adecuado	60% 7 a 8 horas 40% percepción y descanso	NA	NA
Relación entre el colchón la salud	60% Si. 40% No	NA	NA
Importancia de la selección de un colchón adecuado para la salud de un paciente sin antecedentes médicos	60% Si. 40% No	NA	NA
Cuantos clientes al mes consultan acerca del colchón	NA	El 51.3% de los encuestados ubican la cantidad entre 10 y 45	NA

Variable	Médicos	Vendedores	Compradores
y su incidencia en la salud		personas mientras que el 48,7% restante indica que son entre el 50 y todos.	
Recibe capacitación referente a la importancia del colchón y la salud	NA	91,9% Si 8,1% indica que no	NA
Indagación de conocimiento del cliente acerca del colchón	NA	El 97,3% Si 2,7% indica que no	NA
Cada cuanto cambia usted su colchón	NA	NA	39,5% indica que lo cambia entre 3 y 6 años, 32,6% indica que se cambia el colchón a más de 6 años, 9,3% indica que lo cambia en tiempos superiores a 6 años, 7% nunca lo ha cambiado, el 11,6% restante lo cambia 5 y 15 años o más. Lo anterior indiciaca que el 81,3% cambia su colchón entre 3 y 6 años o más.
Decisión de compra	NA	NA	La misma persona y/o quien lo va a usar
Tipo de compra	NA	NA	Presencial. Probar el colchón importante

Fuente: Elaboración propia

variable entre los resultados obtenidos por cada grupo entrevistados.

Tabla 20. Compilado de resultados cualitativos

Variable	Médicos		
Relación entre el descanso y el colchón	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Condición importante para dormir mejor</li> <li>- Superficie adecuada para el reposo</li> <li>- Forma de la columna</li> </ul>		
Relación entre el colchón la salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menos molestia física es proporcional a mejor sueño</li> <li>- Superficie apta contribuye al buen sueño y el reposo</li> <li>- Si el colchón es inadecuado genera una postura inadecuada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Higiene: Descanso, confort, comodidad, normas de higiene y garantía.</li> <li>- Físicos: Peso, edad, problemas de cintura, problemas de espalda, espalda en general, y columna, comodidad, postura</li> <li>- Salud corporal, salud mental, salud física, salud espiritual.</li> <li>- Materiales: La firmeza deseada, los materiales, la postura al dormir, si sufre de alguna enfermedad</li> </ul>	<p>Si la conocen el 72,1%</p> <p>No la conocen el 27,9%</p>
Importancia de la selección de un colchón adecuado para la salud de un paciente sin	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un mal descanso puede influir en muchas enfermedades concomitantes que no estén relacionadas directamente</li> </ul>	NA	NA

Variable	Médicos		
antecedentes médicos	<p>con el colchón</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Es importante para conservar la alineación y curvatura de la columna</li> </ul>		
Aspectos importantes al momento de seleccionar un colchón	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Textura, tamaño, vida útil</li> <li>- Firmeza. Suavidad.</li> <li>- Variedad de posición (que se pueda inclinar o no)</li> <li>- elementos hipoalergénicos en su estructura.</li> <li>- Que sea ortopédico o de buena calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guiar al cliente de manera correcta</li> <li>- El confort y la comodidad</li> <li>- Aspectos médicos</li> <li>- Aspectos físicos; suavidad, dureza, firmeza, homogéneo, calidad en materias primas, comodidad y altura.</li> <li>- Conociendo la necesidad del cliente</li> <li>- Gusto del cliente por el producto</li> <li>- Percepción del colchón previo</li> <li>- Higiene del colchón</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Salud</li> <li>- Desgaste</li> <li>- Renovación de muebles</li> <li>- Marca</li> <li>- Calidad</li> <li>- Precio</li> <li>- Garantía</li> </ul> <p>Además</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dureza</li> <li>- Materiales de fabricación</li> <li>- Características ortopédicas</li> <li>- Altura</li> <li>- Ancho</li> </ul>
Sobre qué medios indaga al cliente sobre su colchón	NA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De manera verbal presencial o llamadas</li> <li>- Por medio de la realización de preguntas</li> <li>- Relacionando el tema con la higiene</li> </ul>	NA



Variable	Médicos		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacionando el tema con el confort y comodidad</li> <li>- Relacionando el tema con los dolores de espalda y/o mal dormir</li> <li>- Relacionando el tema con la salud de la espalda</li> <li>- Relacionando el tema con la firmeza deseada</li> <li>- Relacionando el tema con peso, altura, resistencia.</li> </ul>	
Motivos para el cambio de colchón	NA	NA	Salud Desgaste Renovación de muebles

Fuente: Elaboración propia

### 5.1.3 Análisis de resultados.

Se puede decir entonces que considerando resultados superiores al 60% de las encuestas se encuentra lo siguiente:

- Médicamente hablando, el personal encuestado es competente para dar la respuesta considerando experiencia en el campo. Quien afirmaron que; el colchón es importante para el descanso y a su vez, el descanso es adecuado influye en la salud por cuanto la condición para dormir mejor se encuentra relacionada con una superficie en la que se obtenga reposo, por lo tanto, es importante seleccionar un colchón adecuado para

conservar un descanso adecuado, esto considerando que un buen descanso está entre 7 y 8 horas.

- Desde el punto de vista comercial; se encuentra que casi el 100% de los clientes consultan sobre algo referente a la salud y el colchón, más del 90% de los vendedores reciben capacitación referente a la importancia del colchón en la salud, y, por lo tanto, más del 97% de ellos realiza indagación frente al colchón y la salud.
- Desde la perspectiva del cliente; quien realiza la compra del colchón es predominantemente quien lo usa, dicha compra se realiza entre 3 a 6 años en porcentaje predominante de más del 70%, normalmente realiza el cambio por salud, desgaste y renovación de muebles.

En conjunto se encuentra que para los médicos la relación existente entre el colchón y la salud es principalmente la molestia física, mientras que para los vendedores además de esto, se considera un factor de confort, salud corporal y física. Dentro de los aspectos más importantes al momento de seleccionar el colchón se encuentra; vida útil, firmeza, variedad e posición, ortopédico (médicamente hablando) considerando el gusto, necesidades y percepción del cliente (comercial) y (precio, garantía, dureza, dimensiones y condiciones ortopédicas (cliente).

Adicional a esto la realización de este documento, contribuye en gran manera a la aplicación de las diferentes herramientas y conocimientos adquiridos a lo largo del desarrollo profesional, por lo cual, su ejecución permitió sin duda probar de manera práctica la teoría adquirida. Adicionalmente permite realizar un estudio enfocado a una temática centralizada sobre la cual no existían estudios recientes que agregaran valor científico a una población tan específica como los Bogotanos.

Dando respuesta a las diferentes cuestiones planteadas, frente a la hipótesis correlacional planteada, se indicaba que; cuanto más información y conocimiento posea el consumidor al momento de elegir su colchón, su elección irá enfocada a su salud como factor principal, se puede establecer luego de realizar un análisis cuanti-cualitativo que; definitivamente a nivel médicos, comercial y de clientes, el factor salud es un factor determinante al momento de adquirir el colchón, sin embargo, este no es el único, esto dado a que dependiente del punto de vista de la población encuestada que irían desde la apreciación confort, pasando por el precio, garantía y calidad.

Por lo tanto, continuando con la resolución de los objetivos en cuanto a la determinación de la incidencia del factor salud en el momento de hacer compra de colchones en Bogotá, para lo cual se debió identificar las modalidades sobre las cuales se realiza cada tipo de compra y como es el proceso de la misma, para posteriormente desarrollar unos instrumentos de recolección de datos a profundidad que permitiera correlacionar parámetros específicos que permitan identificar las diferentes posiciones de tipo médico, comercial y cliente, se pudo establecer que indiscutiblemente, el factor salud posee una incidencia significativa al momento de adquirir un colchón, esto pues, tiene una base médica asociada por el tema de la relación entre el descanso, la salud y sobre el descanso y el colchón. Entendiendo esto, se puede considerar que este respaldo médico sumado a una capacitación efectiva entregará al cliente información clara sobre el tipo de compra a realizar, lo cual es relevante para este, pues se pudo establecer que no solo se considera la calidad, el precio y la garantía como factores indispensables al momento de la compra del colchón.

## **6. Conclusiones y recomendaciones**

La realización de este documento contribuye en gran manera a la aplicación de las diferentes herramientas y conocimientos adquiridos a lo largo del desarrollo profesional, por lo cual, su ejecución permitió sin duda probar de manera práctica la teoría adquirida. Adicionalmente permite realizar un estudio enfocado a una temática centralizada sobre la cual no existían estudios recientes que agregaran valor científico a una población tan específica como los Bogotanos.

Dando respuesta a las diferentes cuestiones planteadas, frente a la hipótesis correlacional planteada, se indicaba que; cuanto más información y conocimiento posea el consumidor al momento de elegir su colchón, su elección irá enfocada a su salud como factor principal, se puede establecer luego de realizar un análisis cuanti-cualitativo que; definitivamente a nivel médicos, comercial y de clientes, el factor salud es un factor determinante al momento de adquirir el colchón, sin embargo, este no es el único, esto dado a que dependiente del punto de vista de la población encuestada que irían desde la apreciación confort, pasando por el precio, garantía y calidad.

Por lo tanto, continuando con la resolución de los objetivos en cuanto a la determinación de la incidencia del factor salud en el momento de hacer compra de colchones en Bogotá, para lo cual se debió identificar las modalidades sobre las cuales se realiza cada tipo de compra y como es el proceso de la misma, para posteriormente desarrollar unos instrumentos de recolección de datos a profundidad que permitiera correlacionar parámetros específicos que permitan identificar las diferentes posiciones de tipo médico, comercial y cliente, se pudo establecer que indiscutiblemente, el factor salud posee una incidencia significativa al momento de adquirir un colchón, esto pues, tiene una base médica asociada por el tema de la relación entre el descanso,

la salud y sobre el descanso y el colchón. Entendiendo esto, se puede considerar que este respaldo médico sumado a una capacitación efectiva entregará al cliente información clara sobre el tipo de compra a realizar, lo cual es relevante para este, pues se pudo establecer que no solo se considera la calidad, el precio y la garantía como factores indispensables al momento de la compra del colchón.

Luego de la realización de este estudio, se considera que el aporte de conocimiento es de suma relevancia para la industria colchonera en Bogotá, Colombia, para lo cual se resumen las siguientes **recomendaciones**:

- Continuar con la capacitación de los empleados acerca del colchón y la salud, pues se confirma la relevancia de dicha información.
- Considerar este estudio para un enfoque y/o desarrollo de nuevas estrategias de marketing relacionadas con la salud y el colchón.
- Gestionar mecanismos de desarrollo del eCommerce, dado a la situación actual de limitantes frente a la pandemia relacionada con el COVID-19<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> *Ibíd.*

## BIBLIOGRAFÍA

Asociación Colombiana de Medicina del Sueño. (2018). Manual del Sueño.

Banco Mundial. (2018). *Médicos (por cada 1.000 personas)*. Obtenido de

<https://datos.bancomundial.org/indicador/sh.med.phys.zs>

BBC Mundo Noticias. (10 de Febrero de 2015). *News*. Obtenido de ¿Cuántas horas necesitamos dormir según nuestra edad?:

[https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/02/150209\\_salud\\_horas\\_de\\_sueno\\_dormir\\_il](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/02/150209_salud_horas_de_sueno_dormir_il)

Borri, D. (2016). Proyecto de Inversión Fábrica de Espumas y Colchones de la Patagonia S.A.: Argentina: Universidad Empresarial Siglo 21.

Cano, J. (2012). Investigación del mercado de colchones en Bogotá, orientado a mejorar el posicionamiento y fortalecimiento de la promoción de la empresa confort center en este mercado. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Carrasco et. al. (2019). La compra de un colchon es cuestión de salud? caso provincia de Cotopaxi - Ecuador. *Revista científica Hermes*, 141 161.

Colchones el dorado. (2018). *Home*. Obtenido de <https://www.colchoneseldorado.com/>

Colchones Paraiso. (Sf). *Preguntas frecuentes*. Obtenido de [https://colchonesparaiso.com/preguntas\\_frecuentes](https://colchonesparaiso.com/preguntas_frecuentes)

Colchones Pullman. (Sf). *Inicio*. Obtenido de <https://www.pullman.com.co/combos/colchon-cama-lenceria>

Colegio de Fisioterapeutas Comunidad de Madrid. (2018). Guía del sueño saludable.

Consumer Reports. (09 de Marzo de 2017). *El diario*. Obtenido de Siete pasos para comprar el mejor colchón: <https://eldiariiony.com/2017/03/09/pasos-comprar-mejor-colchon/>

DANE. (2018). *Encuesta Nacional de Calidad de Vida*. Bogotá.

DANE. (2019). *Cantidad de personal en la capital de Colombia*. Obtenido de <https://conexioncapital.co/bogota-habitantes-ultimo-censo-del-dane/>

Del real Martín, J. (2020). *Compra Online*. Obtenido de <https://www.consumoteca.com/comercio/comercio-electronico/compra-online/>

Federación Española de Enfermedades Neuromusculares. (2017). Informe Saber y Entender. *Enfermedades Neuromusculares: Soluciones para dormir bien*.

Federación nacional de Comerciantes. (2017). *Informe de Gestión Fenalco Bogotá*. Bogotá: Fenalco.

Goyeneche, J. (2014). Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno Competitivo. *Caso Industrias Ensueño Bogotá*. Bogotá, D.C., Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Goyeneche, J. (2014). Marketing Estratégico como Respuesta a un Entorno competitivo. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Hernández Sampieri et. al. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: MacGraw Gil.

Herreros, S. (2019). *La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales. Algunas implicaciones de política para América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas - CEPAL.

Instituto Tecnológico Hotelero. (2013). Guía del descanso saludable en los hoteles.

Izcara, S., & Andrade, K. (2003). *LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD TEORÍA Y PRÁCTICA*. Editorial Uat.

- Larrinaga et. al. (2016). Sueño saludable: evidencias y guías de actuación. Documento oficial de la Sociedad Española de Sueño. *Revista de Neurología*.
- Lisiak, F. (28 de Febrero de 2017). *¿Qué son los Canales de Distribución y de Ventas? ¿Qué son los Canales de Distribución y de Ventas?* Obtenido de <https://www.tree.com.py/blog/que-son-los-canales-de-distribucion-y-de-ventas>
- Merino et. al. (2016). Sueño saludable: evidencias y guías de actuación. Documento oficial de la Sociedad Española de Sueño. *Revista de Neurología*, 56.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Informe de Gestión*. Bogotá: Mincit.
- Ministerio del Trabajo. (2018). *Fuente de Información Laboral en Colombia (FILCO)*. Obtenido de Cundinamarca: <http://filco.mintrabajo.gov.co/FILCO/faces/estadisticas.jsf>
- MinTIC. (Marzo de 2019). *Medición de indicadores de consumo del observatorio del eComerce*. Obtenido de [https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-98220\\_Inf\\_eCommerce.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-98220_Inf_eCommerce.pdf)
- Morales et. al. (24 de Enero de 2019). LA COMPRA DE UN COLCHÓN ES CUESTIÓN DE SALUD? CASO PROVINCIA DE COTOPAXI – ECUADOR. Double Blind Review.
- Muñoz et. al. (22 de Septiembre de 2015). Percepción de los pacientes de medicina interna de su descanso nocturno. *Revista de SEAPA*), 7-18.
- Organización Médica Española. (2018). *Un estudio demuestra que el dolor de espalda mejora más con un colchón de firmeza intermedia que con uno muy firme*. Obtenido de The lancet: [medicosypacientes.com/articulo/un-estudio-demuestra-que-el-dolor-de-espalda-mejora-mas-con-un-colchon-de-firmeza](http://medicosypacientes.com/articulo/un-estudio-demuestra-que-el-dolor-de-espalda-mejora-mas-con-un-colchon-de-firmeza)
- Perugachi, P. (2012). Diseño de un plan estratégico de marketing para colchones paraíso, producidos y comercializados por productos paraíso del Ecuador S.A., Dentro de la



ciudad de Quito. *Proyecto para la obtención del título de ingeniero empresarial.*

Ecuador: Escuela Politécnica Nacional.

Poveda et. al. (2014). Determinación de ácaros del polvo en 90 hogares de tres localidades de Bogotá, Colombia. *Facultad de Ciencias Agropecuarias, Programa de Medicina Veterinaria, Universidad de la Salle 2 Asociación Colombiana de Alergia, Asma e Inmunología (acaai).*

Robles, B. (2011). *La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico.* Escuela Nacional de Antropología e Historia, inah.

Solano, L. (11 de Junio de 2017). ¿Qué tanto sabe acerca de su colchón? *El Heraldo.*

Spring. (2019). *Compras Online.* Obtenido de <https://www.colchonesspring.com.co/links-interes/preguntas-frecuentes>

SurveyM. (2020). *Calculadora Muestral.* Obtenido de <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

TEMPUR-PEDIC. (Sf). *Tu descanso.* Obtenido de Guía paso a paso para comprar colchones nuevos: <https://tudescanso.com.mx/guia-paso-paso-comprar-colchones-nuevos/>

Toro, E. (2015). *Análisis del sector colchonero en Latinoamérica.* Obtenido de [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/8012/Estefania\\_ToroAristizabal\\_2015.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/8012/Estefania_ToroAristizabal_2015.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

U.S Department of Health and Human Services. (2013). Su guía para el sueño saludable. *NHI Publication.* Obtenido de [https://www.nhlbi.nih.gov/files/docs/public/sleep/In\\_Brief\\_YG\\_to\\_Sleep\\_Spanish\\_Final.pdf](https://www.nhlbi.nih.gov/files/docs/public/sleep/In_Brief_YG_to_Sleep_Spanish_Final.pdf).

WikiHow. (Sf). *Como comprar un colchón*. Obtenido de <https://es.wikihow.com/comprar-un-colchón>

Zubeldia et. al. (2012). *Libro de las enfermedades alérgicas de la fundación BBVA*. Bilbao: Fundación BBVA.