

SleepPod

The image features three white pillows against a light beige background. One pillow is floating in the upper right corner, another is floating in the center, and a stack of four pillows is on the floor. The pillows are rectangular with visible stitching and a small tag on the bottom of the stack.

Marta Cambiella
Pablo Pereda
Alba Poo

Enero 2026

Luis Rodríguez
German Gil
Frank Jara

Tabla de contenido

1. Introducción	3
2. Objetivos	5
2.1 Objetivo general	5
2.2. Objetivos específicos	5
3. Valores y Actitudes y cualidades	6
4. Actitudes y cualidades.	7
5. Estudio de mercado	8
5.1 .Servicios Ofrecidos:	8
<i>Lista de productos ofrecidos al público</i>	9
5.2. Mercado Objetivo	10
5.3. Análisis de Competencia	10
5.3.1 Análisis de Competencia Directa	10
5.3.2. Análisis de Competencia Indirecta	11
5.4 Análisis del entorno	11
Existen una serie de factores que condicionan las ventas...	11
5.4.1. Factores Socioculturales	12
5.4.2. Factores Normativos y Legales:	12
5.4.3. Factores tecnológicos.	13
5.5 Panorama del mercado local	13
5.5.1. Análisis de tendencias.	14
5.5.2. Proveedores	14
6. Análisis DAFO	16
7.Ubicación y Disposición del Local	17
8. Plan de Tesorería	20
9. Forma jurídica	21
10. Plan de Marketing	22
11. Conclusiones	23

1. Introducción

Hoy en día, el uso de las nuevas tecnologías, se consideran como una parte fundamental de la vida diaria (**Line et al., 2011**), lo que ha generado un impacto en la sociedad actual, generando una mayor dependencia hacia los dispositivos electrónicos.

Los problemas relacionados con el sueño y el aumento del estrés se han convertido en un problema en la sociedad actual, impulsados por el rápido estilo de vida y el uso continuo de dispositivos tecnológicos. Estas dificultades afectan al rendimiento académico y laboral, así como la salud mental y física de las personas. La iniciativa de SleepPod se basa en la necesidad de ofrecer soluciones tecnológicas innovadoras que ayuden a mejorar la calidad del descanso y en consecuencia la productividad diaria. A través de productos inteligentes y servicios complementarios, se pretende establecer un ecosistema que integre el bienestar, accesibilidad y eficacia.

A partir de esta premisa surge la idea de la creación de una almohada ergonómica que se especializa en recargar energía. Dormir bien es esencial para el rendimiento físico y mental, por lo que nuestra almohada, además de ser cómoda, también registra datos sobre la calidad de sueño de cada uno. Estos datos pueden visualizarse en un dispositivo o una aplicación, ofreciendo información sobre el descanso, la calidad de sueño, etc, con el fin de mejorar los hábitos para que sean más saludables.

A continuación, en el presente proyecto se pretende abarcar la solución a los problemas de sueño y los descansos ineficientes, con la creación de la almohada denominada “Reviva”. Este proyecto se hace con un enfoque a la innovación y la satisfacción del cliente, busca una mejora en la calidad de vida de las personas.

El presente proyecto, constará en la siguiente estructura: En primer lugar, en el apartado de la introducción, se desarrollará un breve esbozo de información general del proyecto, para en un segundo punto, detallar los objetivos a alcanzar. Posteriormente, en un tercer apartado, se hablará de los valores, y aspectos negativos con toma de decisiones, el siguiente punto

tratará las actitudes y cualidades, que sirven para saber cómo enfrentar las situaciones. El quinto punto es el estudio de mercado, un punto fundamental para el correcto funcionamiento de la empresa donde se tendrán en cuenta varios factores como la ubicación geográfica. A continuación, hablaremos de la ubicación y disposición de local. En el siguiente punto, el análisis DAFO, hablaremos de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la empresa. Posteriormente planteamos la elección de la forma jurídica, sociedad limitada, sirve para definir el marco legal bajo el cual funcionará la empresa. A continuación, se tratan las fuentes de financiación para conseguir más clientes. A continuación, el plan de marketing, que nos va a indicar como atraer, desde y mantener a los clientes. Por último, se estableció el plan de tesorería, que será la gestión financiera que nos ayudará a llevar los cobros y pagos de la empresa para asegurar liquidez.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Crear una almohada con tecnología ergonómica para mejorar los ritmos de sueño para las personas con problemas de salud a partir de los 23 años.

2.2. Objetivos específicos

- Lograr que la marca sea reconocida como la empresa especializada en almohadas personalizadas y libres de materiales que generen alergias.
- Asociar la marca con modelos saludables y sostenibles de innovaciones.

3. Valores y Actitudes y cualidades

La prioridad es una mejora en la calidad de vida y productividad del comprador prometiendo resultados reales y objetivos. Además, también presentamos para mejorar su duración dos fundas una externa removible y otra interna protectora en el mismo lote que se compran en la tienda de SleepPod. Para ello, se tendrán en cuenta las siguientes características: (Respeto, Honestidad, compañerismo, igualdad, justicia, paz, etc)

- Empatía, para entender las necesidades reales de los clientes para ofrecer productos que les ayuden de verdad incentivar la honestidad, exponiendo de manera clara todos sus productos y con precios justos.
- Estimular el compañerismo, ya que un buen ambiente laboral y el trabajo colectivo genera un buen clima de trabajo.
- Fomentar la igualdad de todos los trabajadores, para que todos puedan crecer y mejorar profesionalmente de igual manera.

4. Actitudes y cualidades.

A la hora de vender se ofrece cercanía al cliente explicando cómo funciona el producto y mantener el contacto para ver cómo es la experiencia con el cojín, escuchando al cliente y con buenas relaciones sociales.

- Fomentar buenas relaciones entre trabajadores. Establecer un ambiente laboral positivo y puedan hacer un equipo productivo a la hora de trabajar.
- Creatividad e innovación. Pensando continuamente en las necesidades de todo tipo de clientes.
- Creatividad e innovación. Pensando continuamente en las necesidades de todo tipo de clientes.
- Contra la contaminación. Buscamos contaminar lo menos posible la RSC e incentivar a las personas a reducir su contaminación.

5. Estudio de mercado

Se tendrá en cuenta los diversos factores como: la ubicación geográfica (Oviedo – Asturias), el público elegido, las personas y empresas con quienes trabajamos y, por último, las competencias de nuestro mismo sector.

La Superficie del Local es: 110 m². El local comercial en alquiler situado en la calle Marqués de Pidal, en pleno centro de Oviedo. Cuenta con escaparate hacia la calle Marqués de Pidal y hacia la entrada de las Galerías Pidal. El inmueble, posee una superficie de 110 m² distribuidos en dos plantas. Planta baja (55 m²): zona de exposición y dos probadores. Planta sótano (55 m²): zona de exposición, aseo y dos probadores. Dos meses de fianza más un mes de honorarios de agencia. Planta baja exterior.

La empresa cuenta con un público amplio generalmente mayores de 23 años con la característica de querer incrementar su tiempo de sueño. Además, esta calle es buena para los clientes por su accesibilidad, ubicación centrada.

SleepPod obtiene los materiales de la página web de electro material. de almacén con materiales eléctricos y de iluminación y los cojines en el portal empresarial de KUIDA-t, ubicado en Alicante.

5.1.Servicios Ofrecidos:

Para el presente negocio se establece una alta gama de variedades de productos, teniendo en cuenta la agilidad en la elaboración de éstos, dejando a disposición del público cada día con su máxima frescura, sin descuidar la presentación de estos.

Se cuenta con tres modelos de servicios:

- La venta diaria
- Venta online
- Venta por encargo

Figura 1

Lista de productos ofrecidos al público

SleepPod

Todo tipo de almohadas para tu hogar

FUNDAS DE ALMOHADAS

NUVIA **12,99€**

Todo tipo de medidas
Cama de matrimonio;
largo 70" x 90"
Cama estándar;
largo 70"
Material : Lino

LIORA **9,99€**

Todo tipo de medidas
Cama de matrimonio;
largo 70" x 90"
cama estándar;
largo 70"
Material : Algodon

SOMNIA **25,99€**

Todo tipo de medidas
Cama de matrimonio;
largo 70" x 90"
Cama estándar;
largo 70"
Material : Seda

ALMOHADAS

AURORASLEEP **60,95€**

Todo tipo de medidas
Cama de matrimonio;
largo 70" x 90"
cama estándar;
largo 70"
Material: Lana o algodón

REVIVA **86,99€**

Todo tipo de medidas
Cama de matrimonio;
largo 70" x 90"
cama estándar;
largo 70"
Material: espuma viscoelástica

5.2. Mercado Objetivo

El mercado objetivo de este proyecto está centrado en la población de Oviedo-Asturias, que tengan problemas de sueño y que busquen una mejora en su descanso.

- En casa: En la cama, sofá, silla de trabajo, etc.
- En hoteles: Para que los huéspedes puedan descansar mejor y mejoran las reseñas sobre este lugar.
- En centros de relajación o spas: Además, se incluiría una mejora en el recorrido con guía. Aeropuertos: Ideal para descansar entre vuelos.

5.3. Análisis de Competencia

Existen dos tipos de competencia...

5.3.1 Análisis de Competencia Directa

Se buscarán a los competidores con más peso en el mercado, ya sea por venta online o venta física.

Como posibles empresas de competencia directa, se encuentra Noa's Beds, la cual se sitúa a 300 metros de nuestra empresa y ofrece almohadas de alta gama (viscoelásticas, materiales ecológicos) y también ofrecer "100 noches de prueba".

Por su parte, la empresa Asturcolchón situada a 700 metros, ofrecen especialidad en descanso con sus 30 años de historia en venta de colchones, somieres y almohadas.

Por otro lado, la empresa JYSK, la cual se sitúa a 9,3 km de nuestra empresa y ofrecen buena relación calidad-precio con diseño escandinavo, también abarcan decoración, mobiliario de interior y exterior. Por último, la empresa Vitalcama situada a 10 km, ofrecen enfoque integral en descanso, productos diseñados con asesoramiento de fisioterapeutas, incorporan tecnologías y materiales avanzados como "EvoPore", "Fisiopur", micromuelles, tejidos anti-estrés, termorregulación, etc.

5.3.2. Análisis de Competencia Indirecta

Los tipos de competencia son las empresas de **colchones, sábanas, fundas de seda, cobija, reposacabezas, cojines ergonómicos, mascarillas de descanso con soporte para la cabeza y toppers, productos ergonómicos y salud postural, tecnología para el sueño, ropa de cama Premium, servicios y experiencia de descanso.**

Las empresas que nos generan competencia con sus colchones y toppers serían Emma (presencia global con operaciones en México – KAI Colchones y Toppers), Sognare (empresa mexicana – KAI Colchones, Almohadas y Toppers), Spring Air (marca internacional con plantas en México – KAI Colchones), Sealy (empresa estadounidense con presencia en México – KAI Colchones Premium), Dormimundo (cadena mexicana con tiendas en todo el país – KAI Venta de Descanso).

Los servicios de sueño y experiencias de descanso como; los soportes cervicales (distribuidores ortopédicos en México – KAI Ergonomía), asientos ortopédicos (proveedores nacionales e internacionales – KAI Salud Postural), productos Memory Foam o Tempur (Tempur-Pedic con presencia en México – KAI Tecnología del Sueño), cojines lumbares (marcas ortopédicas y de ergonomía en México – KAI Productos Ergonómicos)

Las oportunidades estratégicas para la fábrica son buscar necesidades del público en general, enfatizar beneficios científicos o clínicos, diversificar nuestra línea de productos, reforzar la salud postural, incorporar tecnología del sueño, hacer colaboraciones, ofertas o promociones, enfocarnos tanto en la salud postural y en la personalización.

5.4 Análisis del entorno

Existen una serie de factores que condicionan las ventas...

5.4.1. Factores Socioculturales

Ambiente de descanso. Las personas valoran más su descanso y buscan productos que ayuden a dormir más profundamente para mejorar su estilo de vida. Esto viene precedido por el estrés que generan las pantallas y perjudica al sueño. Evolución de las tecnologías. La búsqueda de innovar en el hogar integrando nuevas tecnologías que mejoren la calidad de vida. Amplio margen de compradores. El nicho de mercado es muy amplio porque todas las personas de todas las edades quieren mejorar su descanso. La posibilidad de integrar distintos tipos de fundas permite crear un ambiente personalizado en las habitaciones.

5.4.2. Factores Normativos y Legales:

- Permisos y licencias necesarias: Es necesario obtener licencias sanitarias, permisos de apertura del local. Ley General de Salud (Real Decreto 137/1984) y reglamentos municipales para licencias de funcionamiento.
- Regulaciones de higiene y alergias. empleo de materiales hipoalergénicos que funcionan como tejidos antibacterianos y antiacaros (látex natural y espuma viscoelástica) que no permitan el crecimiento de bacterias en la cama las cuales son muy nocivas para la salud. El reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017, sobre los productos sanitarios.
- Restricciones al uso de plásticos o gestión de residuos: De acuerdo con las normativas

Restricciones al uso de plásticos o gestión de residuos: Asturias, en concordancia con las normativas europeas, promueve el uso de materiales sostenibles, reciclables o biodegradables en el envasado y embalaje de productos. Para un proyecto de cojines, esto implica que los envoltorios, fundas de transporte o bolsas deben ser de materiales reutilizables, reciclables o compostables, minimizando el impacto ambiental. Además, se debe garantizar una correcta separación y gestión de los residuos generados en la producción y distribución, fomentando prácticas responsables que cumplan con la legislación regional y europea.

- **Obligaciones fiscales:** Los negocios deben registrar sus actividades fiscales, presentar declaraciones de IVA e IRPF, y cumplir con obligaciones contables. El alto en el régimen fiscal de autónomos o sociedades también es un requisito.
Para una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SL) se debe cumplir con las siguientes obligaciones fiscales (Agencia Tributaria Sede Electrónica, s.f.)
- **Normas laborales sobre contratos, horarios y seguridad social:** Es imprescindible ofrecer contratos legales a los empleados, respetar los horarios establecidos por la ley, y cumplir con las contribuciones a la seguridad social para evitar sanciones. (Ley General de la Seguridad Social, 2015)

5.4.3. Factores tecnológicos.

- **Uso de maquinaria moderna:** equipos como sensor de temperatura (como el DS18B20), Bluetooth (integrado en ESP32).
- **Digitalización del negocio:** Un sistema de pedidos online con opciones de personalización, pagos digitales y plataformas de gestión de inventarios puede mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.
- **Marketing digital:** Crear contenido atractivo en redes sociales, invertir en SEO (optimización de buscadores) para tu sitio web, y aprovechar campañas de Google Ads puede ayudar a alcanzar nuevos mercados y fidelizar clientes.

5.5 Panorama del mercado local

Demanda de productos: En Oviedo, el mercado del para el descanso y bienestar ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años. Las almohadas electrónicas, que incorporan como regulación de temperatura, masajes suaves o conexión con aplicaciones móviles, comienzan a posicionarse como una alternativa innovadora dentro del sector del descanso.

El perfil de cliente de sleepod, por su parte, está compuesto por personas de edades muy variadas que incluye tanto a la gente más joven como a la gente más adultas. También destacan personas con altos niveles de estrés, personas con problemas de sueño, Tendencias de consumo: Los clientes buscan cojines sostenibles, fabricados con materiales ecológicos o reciclados. Prefieren diseños personalizados que se adapten a la decoración del hogar. Además, valoran productos duraderos y fáciles de mantener, con embalajes responsables con el medio ambiente.

5.5.1. Análisis de tendencias.

Las personas siempre han buscado evolucionar y esto se puede apreciar en la búsqueda de nuevas ambiciones de la tecnología para poder mejorar el sueño. Es decir, nuestra sociedad busca productos que combinen tecnología, calidad de vida y sostenibilidad.

Como medida de marketing digital se debe tener en cuenta una fuerte presencia en redes sociales es crucial para atraer clientes jóvenes. Mostrar la creatividad en los productos a través de Instagram, Facebook o TikTok puede ser clave para destacar.

5.5.2. Proveedores

Para los componentes electrónicos como sensores de pulsaciones, acelerómetros y microcontroladores, se utilizarán proveedores reconocidos por su fiabilidad y precisión, como Texas Instruments y STMicroelectronics. Estos componentes deben ser compatibles con los sistemas integrados en las almohadas electrónicas y permitir una lectura continua y segura de los datos biométricos del usuario.

En cuanto a los materiales textiles y ergonómicos, se seleccionarán fabricantes especializados en tejidos técnicos, transpirables y adaptables, como Ivorimatex (Valencia) y Bellson (Barcelona). Se priorizarán aquellos que ofrezcan espumas viscoelásticas, látex natural y fundas hipoalergénicas, que permitan la integración de sensores sin comprometer la comodidad.

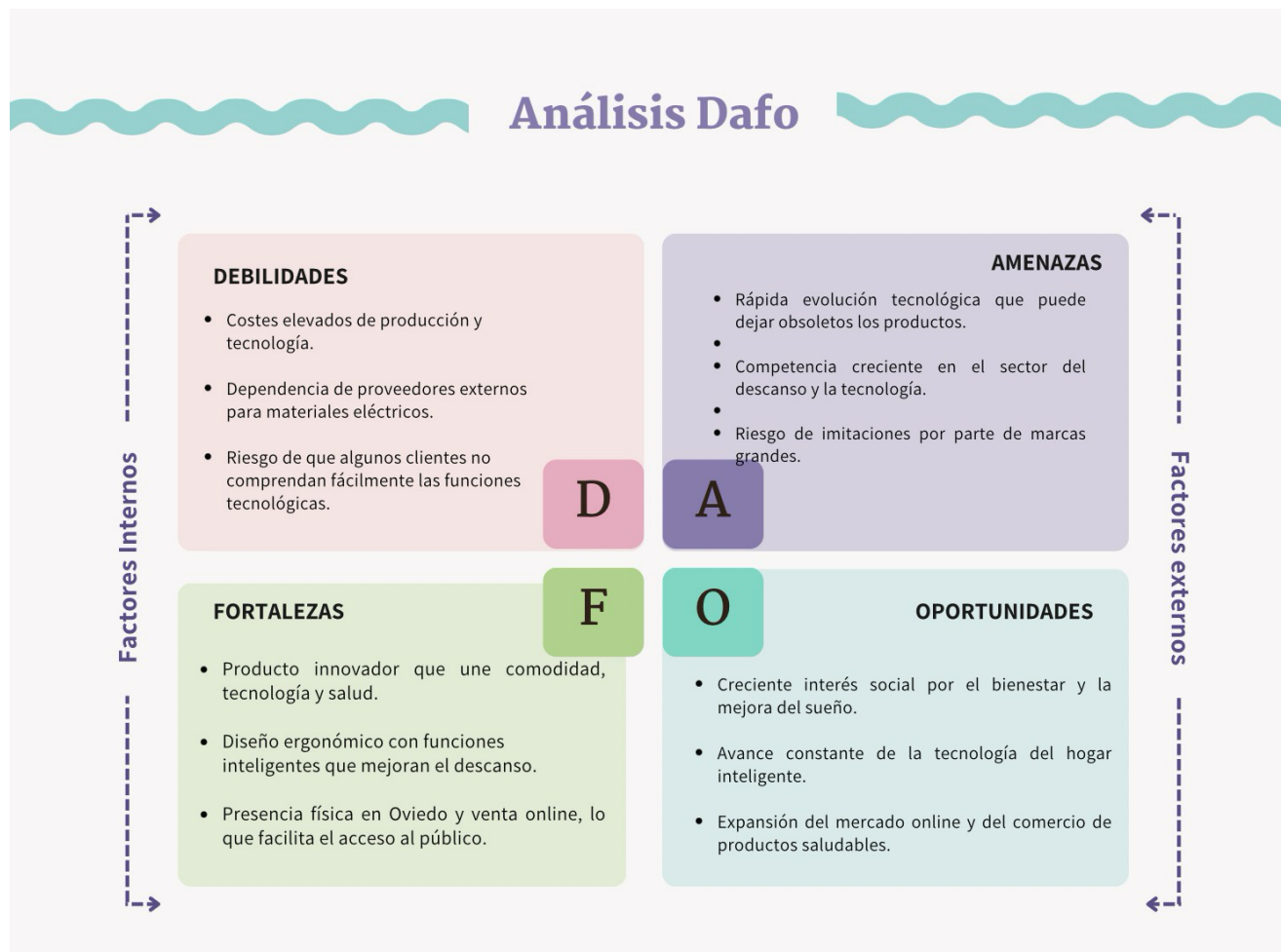
Para la integración tecnológica, se establecerán colaboraciones con empresas de software y plataformas de salud conectada como SleepScore Labs y Biosency. Estas alianzas permitirán desarrollar sistemas de seguimiento del sueño, visualización de datos biométricos y recomendaciones personalizadas para mejorar el descanso.

En lo referente a adaptadores y cargadores, se trabajará con proveedores de accesorios eléctricos que garanticen la seguridad y eficiencia energética de los dispositivos. Se buscarán soluciones compactas, silenciosas y compatibles con el uso nocturno.

Para productos específicos según la demanda del cliente, como conectividad Bluetooth, regulación térmica o funciones de masaje, se seleccionarán proveedores especializados en tecnología de bienestar. Siempre se priorizará la colaboración con empresas locales o europeas que cumplan con los estándares de calidad y sostenibilidad.

6. Análisis DAFO

La siguiente matriz DAFO presenta una visión general de la situación estratégica de.
Figura N°6



7.Ubicación y Disposición del Local

En el área urbana: 1 centro y casco histórico. La calle Marqués de Pidal, Oviedo, Asturias.

El local comercial en alquiler se encuentra en la calle Marqués de Pidal, en pleno centro de Oviedo, y dispone de escaparate tanto hacia la propia calle como hacia la entrada de las Galerías Pidal. El inmueble cuenta con una superficie total de 110 m² distribuidos en dos plantas.

La planta baja, de 55 m², incluye una zona de exposición y dos probadores, mientras que la planta sótano, también de 55 m², dispone de otra zona de exposición, un aseo y dos probadores adicionales. El alquiler requiere dos meses de fianza y un mes de honorarios de agencia. Además, la planta baja es exterior, lo que aporta mayor visibilidad comercial.

Su ubicación es estratégica, ya que se sitúa en una zona céntrica con un alto tránsito tanto comercial como residencial. En los alrededores no existen negocios especializados en almohadas eléctricas ni productos de descanso, lo que ofrece a la empresa una clara ventaja competitiva al posicionarse como la primera opción en este sector dentro de la zona.

El local presenta un espacio interior amplio y funcional, con áreas diferenciadas para exposición, atención al cliente y almacenamiento, lo que facilita una organización eficiente del negocio y un acceso cómodo tanto para clientes como para proveedores.

Alquiler 990€/ mes.

Reforma del local 1500€ Local en alquiler.

Figura 2 Localización del negocio



Fuente: Google Maps

Figura N°3

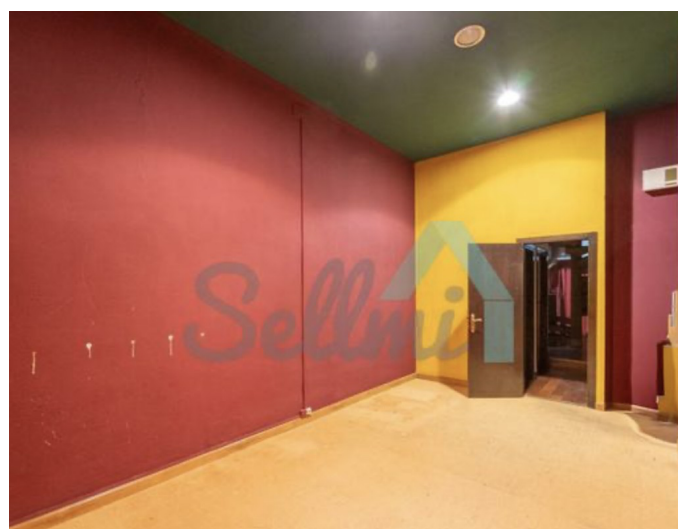
Zona frontal del local



Fuente: Milanuncios

Figura N°4

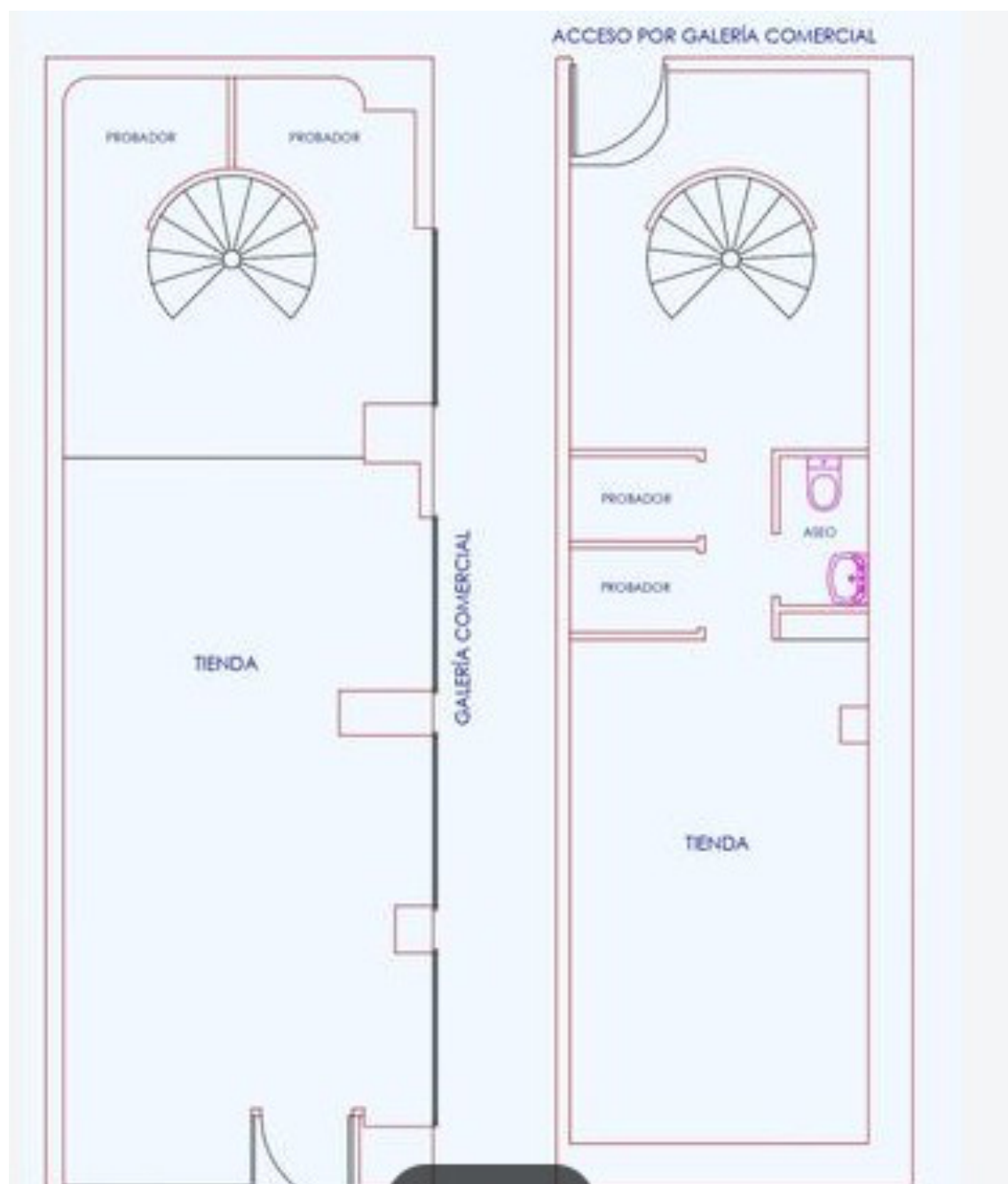
Zona Trasera del local



Fuente : Milanuncios

Figura N°5

Plano del local



Fuente: milanuncios

8. Plan de Tesorería

El plan de tesorería nos ayuda a ver el dinero que entra y sale de la empresa para asegurarnos de que siempre tendremos efectivo suficiente para cubrir los gastos del negocio. Nuestro saldo inicial es de 20.000

Proyección de Ventas con Ingresos	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SALDO INICIAL	20.000,00 €											
ENTRADAS												
Saldo Mes Anterior		14.405 €	11.325 €	18.260 €	17.155 €	15.100,00 €	13.530,00 €	13.375,00 €	9.500,00 €	6.895,00 €	4.680,00 €	2.975,00 €
fundas Almohadas	1.200 €	750 €	900 €	800 €	800 €	785 €	700 €	320 €	400 €	700 €	900 €	1.500 €
almohadas medias	2.010 €	1.700 €	1.900 €	1.800 €	1.850 €	2.350 €	2.400 €	2.500 €	2.420 €	2.230 €	3.000 €	2.995 €
almohadas premium	1.200 €	1.875 €	1.500 €	1.800 €	2.500 €	2.500 €	2.750 €	1.000 €	2.250 €	2.500 €	2.000 €	2.500 €
Aporte inicial	20.000,00 €											
Cheque emprendedor			10.000,00 €									
Ventas online	600,00 €	500,00 €	540,00 €	400,00 €	700,00 €	700,00 €	900,00 €	210,00 €	230,00 €	260,00 €	300,00 €	270,00 €
kit digital				2.000,00 €								
Préstamo Caixa Bank												
Total ENTRADAS	25.010 €	19.230 €	26.165 €	25.060 €	23.005 €	21.435 €	20.280 €	17.405 €	14.800 €	12.585 €	10.880 €	10.240 €
SALIDAS												
Alquiler de Local	990 €	990 €	990 €	990 €	990 €	990 €	990 €	990 €	990 €	990 €	990 €	990 €
Reformas del Local	1.200 €											
Préstamo bancario	160 €	160 €	160 €	160 €	160 €	160 €	160 €	160 €	160 €	160 €	160 €	160 €
Gastos notariales	250 €											
Inscripción en el Registro Mercantil	400 €											
Licencias y permisos	600 €											
materiales textiles	800 €	800 €	800 €	800 €	800 €	800 €	800 €	800 €	800 €	800 €	800 €	800 €
componentes electronicos	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €
Material de empaque	330 €	330 €	330 €	330 €	330 €	330 €	330 €	330 €	330 €	330 €	330 €	330 €
Empaque sostenible	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Seguros	400 €	400 €	400 €	400 €	400 €	400 €	400 €	400 €	400 €	400 €	400 €	400 €
Sueldos	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €
Electricidad	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €
Agua	60 €	60 €	60 €	60 €	60 €	60 €	60 €	60 €	60 €	60 €	60 €	60 €
Gas	35 €	35 €	35 €	35 €	35 €	35 €	35 €	35 €	35 €	35 €	35 €	35 €
Catalogo digital	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €
Mantenimiento Catalogo	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €
Edición especial	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €
Sitio web	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	2 €
Mantenimiento Sitio Web	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €
Alianzas locales	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €
certificado de calidad	250 €											
Colaboraciones	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €
Blog y guías	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €
Email marketing	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €
Total SALIDAS	10.605 €	7.905 €	7.905 €	7.905 €	7.905 €	7.905 €	7.905 €	7.905 €	7.905 €	7.905 €	7.905 €	7.757 €
SALDO TOTAL	14.405 €	11.325 €	18.260 €	17.155 €	15.100 €	13.530 €	12.375 €	9.500 €	6.895 €	4.680 €	2.975 €	2.483 €

9. Forma jurídica

La forma jurídica de nuestra empresa es una sociedad de responsabilidad limitada (S.L.). Las características son las siguientes, es una sociedad mercantil en la que el capital social (1 €) está dividido en participaciones sociales y en la que los socios no responderán personalmente de las deudas sociales. Mientras el capital no alcance la cifra de 3.000 € deberá destinarse a la reserva legal una cifra al menos igual al 20% del beneficio hasta que dicha reserva junto con el capital social alcance el importe de 3.000 €. En caso de liquidación, voluntaria o forzosa, si el patrimonio de la sociedad fuera insuficiente para atender el pago de las obligaciones sociales, los socios responderán solidariamente de la diferencia entre el importe de 3.000 € y la cifra del capital suscrito. Puede pertenecer a uno o más socios y tiene personalidad jurídica propia. Su constitución se formaliza a través de escritura pública y su posterior inscripción en el Registro Mercantil.

Al constituir nuestra empresa como autónomos / sociedad limitada, podemos optar a diferentes ayudas dirigidas a personas que están empezando un proyecto. Una parte de nuestra financiación inicial procede del Cheque Emprendedor del Principado de Asturias, una subvención pensada para apoyar a nuevos autónomos y que se tramita a través del SEPEPA. Gracias a esta ayuda podemos cubrir algunos gastos básicos del inicio, como material, promoción o pequeñas inversiones necesarias para arrancar. Además, para mejorar la presencia digital de la empresa, también recurrimos al Kit Digital, un programa estatal financiado con fondos europeos. Esta ayuda nos permite implantar soluciones digitales como la creación de una página web, una tienda online o la gestión de redes sociales, lo que facilita la modernización y digitalización del negocio.

10. Plan de Marketing

Nuestros productos están pensados para personas que buscan mejorar su descanso y comodidad en casa. Nos centramos en adultos de entre 25 y 55 años que valoran la calidad del sueño, personas con molestias cervicales que necesitan modelos ergonómicos, familias que quieren renovar las almohadas del hogar y clientes que suelen comprar online por comodidad y rapidez.

Seguiremos unas estrategias centradas principalmente en el producto, son las almohadas diseñadas para comodidad y buen descanso, con materiales suaves, transpirables y adaptables. Hay diferentes modelos como viscoelástica, fibra y ergonómica para cervicales. Los precios son accesibles y competitivos, con buena calidad sin ser de lujo. Descuentos por packs y promociones puntuales. En la distribución, la venta principalmente online mediante página web y redes sociales. Acuerdos con tiendas locales para exposición. Envíos a toda España. Por último, la promoción es el uso de redes sociales, descuentos de lanzamiento, colaboraciones con tiendas y presencia en eventos locales. Fomento de reseñas de clientes para generar confianza

Para darnos a conocer y aumentar las ventas, crearemos una página web con todos los modelos y compra sencilla. Usaremos redes sociales para mostrar contenido sobre el producto y consejos de descanso. Durante el lanzamiento ofreceremos descuentos (10% en la primera compra o packs familiares). También colaboraremos con tiendas locales de decoración o descanso y participaremos en ferias para que la gente pueda probar las almohadas. Además, cuidaremos la atención al cliente con respuestas rápidas y facilidades de devolución.

Nuestro presupuesto para el plan de marketing es de 3.000

11. Conclusiones

En conclusión, el desarrollo del proyecto SleepPod ha permitido analizar de forma global la creación y organización de una empresa dedicada al sector del descanso y el bienestar. A lo largo del trabajo se han estudiado aspectos clave como los objetivos empresariales, los valores, el estudio de mercado, el análisis de la competencia, el entorno económico y legal, así como la ubicación del local y el análisis DAFO. Todo ello refleja la importancia de una planificación adecuada para garantizar un buen funcionamiento y la viabilidad de una empresa innovadora que combina tecnología, salud y sostenibilidad.

La elaboración de este proyecto ha servido para adquirir una visión más completa del funcionamiento empresarial, comprendiendo la relevancia de la toma de decisiones basada en el análisis del mercado, las necesidades del cliente y los recursos disponibles. Asimismo, ha permitido aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en el ámbito de la administración y las finanzas, reforzando habilidades como la organización, el análisis y la planificación empresarial.