

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

(CUN)

Nombres:

Yenni Alejandra Camargo Alape

Johan Stiven Murcia Vanegas

Profesora:

Esmeralda Romero

Materia:

Opción de Grado 2

Grupo:

10111

Trabajo Final Segundo Corte- Servicio:

Aplicación Móvil Guía Para Personas Con Discapacidad Visual

GUIAPP

2017

Tabla de Contenido

Introducción

1. Justificación

2. Desarrollo de la Matriz estratégica

2.1 Descripción de la Idea de Negocio

2.2 Identidad Estratégica

2.3 Misión-Visión

2.4 Objetivo General de la idea de negocio

2.5 Objetivos Específicos

2.6 Valores

2.7 Análisis de PESTEL

2.8 Análisis 5 Fuerzas de Porter

2.9 Matriz de Análisis

2.10 Matriz de Despliegue

2.11 Estrategia competitiva

3. Estudios de Mercados

3.1 Objetivo Principal del Estudio de Mercados

3.2 Definición del Mercado Objetivo

3.3 Metodología de Investigación

3.4 Análisis de resultados

4. Plan de Marketing

4.1 Objetivo de plan de marketing

4.2 Estrategia del producto

4.2.1 Estrategia de Marca

4.2.2. Estrategia post venta

4.3 Estrategia de Precio

4.4 Estrategia de Publicidad

4.4.1 Plan de Medios

5. Prototipo

5.1 Descripción del producto o servicio

5.2 Ficha técnica del producto o servicio

5.3 Diseño del Producto

5.4 Planos

5.5 Canales de distribución

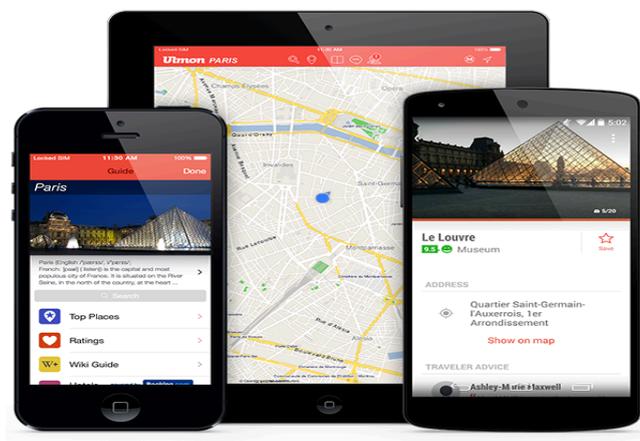
- Conclusiones
- Referencias

INTRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

Aplicación Móvil Guía Para Personas Con Discapacidad Visual.

Este servicio fue desarrollado para consolidar un mejor sentido de orientación para los invidentes dejando en claro que tiene funcionalidades como: llegar a sus destinos objetivos, instructor de guía por comunicación tecnológica optimizar tiempo y recursos innecesarios.



1. JUSTIFICACIÓN

Las aplicaciones móviles son unos de los instrumentos tecnológicos que más se utiliza hoy día y para facilitar un poco más las actividades que tenemos los seres humanos. Su configuración y estructura exigen que las capacidades humanas se encuentren libres de cualquier deficiencia. Una de ellas es as movilidad para personas con discapacidad visual.

Debido a esta problemática, se debe implementar una aplicación móvil con sitios para facilitar la movilización de personas con Discapacidad Visual, lo que involucra transformar aplicaciones existentes y ponerlas a disposición de la comunidad. Una app accesible es aquella que puede ser usada por el mayor número de usuarios posibles.

2. Desarrollo de la Matriz estratégica

2.1 Descripción la idea de negocio

Nuestro servicio es una aplicación que genera a las personas invidentes un sentido de orientación y ubicación a través de una aplicación móvil con sistema de voz y recepción de información por medio de auriculares o altavoz que les indicara su camino de recorrido para llegar a su punto destino, que camino debe seguir y como llegar a él.

La persona invidente le indicara con su voz hacia donde desea dirigirse y la aplicación por un mecanismo satelital le indicara como es el camino, por donde debe dirigirse con sentidos de orientación, cuanto es el tiempo de recorrido que va trascurrir mientras llega a su objetivo, que objetos se cruzan a la hora de ir caminado para evitar choques, solución de posibles

errores de transcurso que haya seguido el receptor y verificación finalizada del camino recorrido.

2.2 identidad Estratégica

Nuestro producto es diferencial e innovador porque los otros servicios que brindan las demás empresas recurren solo al sentido del tacto, Nuestra innovación y diferencia esta en que los invidentes por una secuencia de indicaciones de nuestra aplicación podrán escuchar toda la información de guía para recorrer el camino indicado de su ruta destino.

2.3 Misión

Nuestro servicio es para suplir la necesidad de las personas invidentes, con esto queremos producir una gran innovación para que la necesidad de orientación hacia estas personas no sea más un problema ya que para ellos es demasiado complicado siempre dirigirse por el camino correcto, el motivo por el cual surge nuestra idea de negocio es para resolver esta problemática social, Guiapp debe ser reconocida como una aplicación necesaria para las personas invidentes.

Visión

Para el año 2020 GuiApp debe ser reconocida ya sea por la necesidad de estar mejor comunicados, el deseo de las personas invidentes de guiarse por ellos mismos o de una condición de vida en la que sus debilidades visuales no sean factores, los dispositivos y apps, se convertirán en sus propios ojos, y otra manera de reconocimiento, en la actualidad, para este año la aplicación debe estar siendo usada por mínimo el 50% de la población invidente en Bogotá.

2.4 Objetivo General de la idea de negocio

El objetivo general de esta GUIAPP construir una aplicación móvil de fácil uso para que las personas con discapacidad visual puedan obtener una fácil ubicación, además consideramos que esta debe ser asequible para la población de bajos recursos que sufre de esta discapacidad.

2.5 Objetivos Específicos

Cubrir las diferentes necesidades que surgen para los usuarios a medida que vallan utilizando la aplicación se realizaran pruebas de uso con personas invidentes para ir adecuando el modo de usar la aplicación después de 5 pruebas a diferentes personas daremos solución y cambios en un mes para su promoción final.

2.6 Valores

- **Transparencia:** somos transparentes, actúamos para construir un ambiente de seguridad y confianza entre la Empresa y los clientes, brindándoles un servicio oportuno, relevante y de calidad.

- **Responsabilidad:** somos responsables, anticipamos y respondemos por las consecuencias que las actuaciones y decisiones impuestas, así como sobre el medio ambiente y el entorno.
- **Calidez:** Respetamos las diferencias, nos importan los demás y el trato de entender sus circunstancias para ayudarlo a buscar soluciones, sin arrogancia y siempre con respeto y amabilidad.

2.7 Análisis de PESTEL

P **Política:** Nos afectan las distintas políticas del gobierno relacionado con las TICS, y las políticas que rigen al Estado social de derecho Colombia inicialmente. A la fecha se han realizado 130.000 descargas gratuitas del software lector de pantalla y del magnificador de pantalla. El total de licencias disponibles es de 1.200.000, lo cual implica un mayor trabajo de difusión, para que las personas con discapacidad visual lo descarguen y se instale en todas las entidades públicas a nivel nacional, departamental y municipal.

E **Economía:** En cuanto a la economía nos afectan las reformas tributarias y los impuestos aplicados a nuestra App , nos afectan las variaciones económicas a las que dé lugar el periodo de lanzamiento

S **Sociedad:** Se refleja una gran problemática social frente a este tema ya que afecta directa e indirectamente según la discapacidad-dane que arroja la investigación y concluyo que se sienten discriminados y excluidos de varias actividades

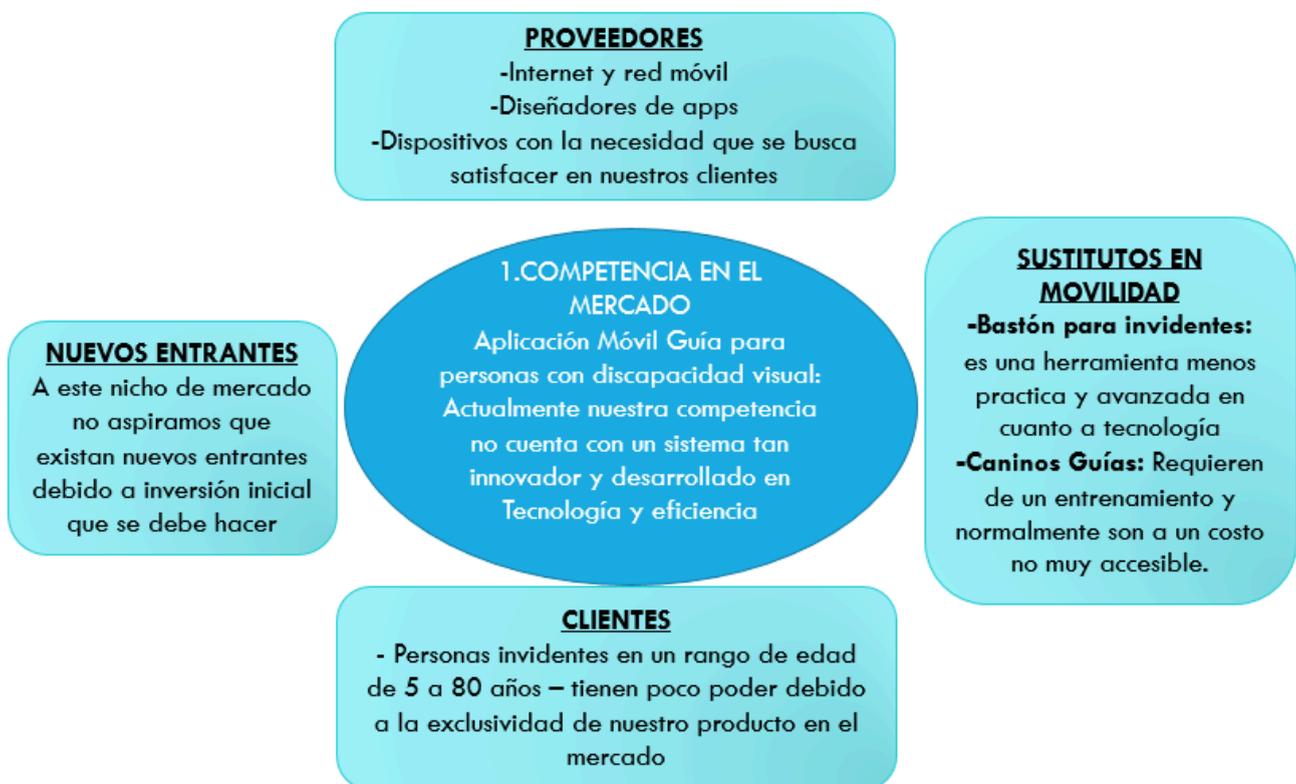
T **Tecnología:** Se mostraran grandes avances en el campo tecnológico debido a la demanda que este nuevo producto supone

L

Ecológico: Esta nueva app se completamente amigable con el ambiente debido a que el sector en la que esta se desenvuelve es el sector tecnológico de innovación, planeamos que este sea con optimización de energía

Legal: Requerimos de Licencias y permisos para hacer la utilización de un espacio de Apps en la Web, también acoplarnos al marco normativo de las leyes de la salud y también del empleo

2.8 Análisis 5 Fuerzas de Porter



2.9 Matriz de Análisis

1. Definir claramente la situación de equilibrio actual, el nivel de rendimiento-productividad que vamos a mejorar, y evaluar el resultado deseado.
2. Identificar las fuerzas impulsoras y destructivas que existen en la organización, el medio ambiente, los empleos y los trabajadores.
3. Fuerza Impulsadora (positiva) tiene un rango 5 = Elevada

Fuerzas negativas (restrictivas) tiene un rango 2 = Reducida

4. Fuerzas Restrictivas; Eliminaremos estas fuerzas que nos afectan internamente en los procesos de fabricación ya sean como falta de interés, relación a no desarrollar el aplicativo con desarrollo de calidad total

Fuerzas Positivas; Persistir con el método aun cuando pueda parecer un poco absurdo al principio.

Persistir con la identificación sin preocuparse porque se pueda o no realizar en esta etapa.

Motivación a realizar el aplicativo de una manera muy detalla y ajustada a los procesos de fabrica.

2.10 Matriz de Despliegue

Nivel 1	Documentos Requeridos	Área Funcional Responsable
1 Gestión de la Innovación	Procedimiento para la gestión de innovación	Gerencia
2 Mejora continua para el SGC	Procedimiento para la mejora continua	Departamento de calidad
3 Planificación Estratégica	Procedimiento para el plan estratégico	Gerencia

2.11 Estrategia competitiva

El factor diferencial implementado en nuestra idea de negocio es el proceso innovador por el cual las personas llegaran a su lugar fijado optimizando tiempos, recursos innecesarios, facilitando y satisfaciendo su forma de vivir supliendo su gran necesidad de guiarse con el uso tecnológico ya no tendrán el inconveniente de recurrir a preguntar como guiarse ya que el aplicativo les indicara por medio de voz como deben transcurrir su camino

3. Estudios de Mercados

3.1 Objetivo Principal del Estudio de Mercados

Con la inclusión de esta aplicación móvil la segmentación e investigación de mercados podremos según la tabulación de 50 personas encuestadas asociadas a esta condición facilitar la vida cotidiana de las personas invidentes se busca facilitar más la ubicación y movilidad de estas en el espacio, haciendo uso de esta app se busca crear confort, facilidad de uso, y ausencia de deficiencias para las personas con discapacidad visual, con una herramienta innovadora y de uso totalmente tecnológico, alcanzable ante el usuario y amigable con el ambiente. Este servicio fue desarrollado para consolidar un mejor sentido de orientación para los invidentes dejando en claro que tiene funcionalidades como: llegar a sus destinos objetivos, instructor de guía por comunicación tecnológica optimizar tiempo y recursos innecesarios.

3.2 Definición del Mercado Objetivo

Nuestro servicio es para suplir la necesidad de las personas invidentes, con esto queremos producir una gran innovación para que la necesidad de orientación hacia estas personas no sea más un problema ya que para ellos es demasiado complicado siempre dirigirse por el camino correcto, tiene que recurrir a otras personas para que los ayuden en su transcurso de camino.

En otros casos deben ir y venir inseguros con un bastón largo o un perro guía.

Nuestro servicio les brinda un mejor sentido de orientación, ya que consiste en una aplicación que permite por medio de voz y auriculares indicarle el destino que ellos desean

En el mundo hay aproximadamente 314 millones de personas con discapacidad visual, de las cuales 45 millones son ciegas y 269 millones presentan baja visión, según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

En el año 2000, se estimó que los costos de la ceguera global y baja visión eran de 42.000 millones de dólares al año.

Si la prevalencia de ceguera y baja visión no disminuye para el 2020, se proyecta que el costo anual total aumentaría a 110.000 millones de dólares anuales, según la OMS.

Las personas con discapacidad visual, deben trasladarse mucho, ya sea para citas medicas, terapias, actividades de recreación, visitas familiares, educativas, así como las personas sin esta limitación manejamos un día a día realizando actividades cotidianas, ellos también lo hacen, por lo que hace necesario implementar una app que les brinde esta facilidad para movilizarse.

3.3 Metodología de Investigación

En esta metodología se realizó una investigación exploratoria y descriptiva con una encuesta de preguntas abiertas realizada a 50 personas que padecen de discapacidad visual y también a personas que no.

El entrevistador deberá fijar el rango del cliente específico como: edad entre (15-40) años, sexo M ___ o F ___, dirección de habitación en la que se hospeda, uso de tecnologías para su condición SI ___ NO ___

-Entrevista no estructurada. “PREGUNTAS ABIERTAS”

1. ¿Qué sentido del cuerpo usa más frecuente para guiarse y por qué?
2. ¿Qué servicio piensa que realmente soluciona las problemáticas visuales?
3. ¿Cómo quiere controlar la solución para su problema visual?
4. ¿Qué funciones cree usted que debe tener esta aplicación, la usaría y ¿por qué?
5. ¿Qué precio estaría dispuesta a pagar por obtener nuestro servicio?
6. ¿Qué necesidades o aspectos cree usted que debe suplir esta aplicación, el método de comunicación, métodos de ubicación, formas de contacto o todas?

7. ¿Qué servicios actuales conoce y que frustraciones e inconformidades se evidencia al usarlos?

8. ¿Qué durabilidad tienen los servicios que actualmente se presentan?

Respuestas

***Respuesta primera pregunta:**

-La visión es sentido que más uso porque es la manera donde me guio. Debo saber por dónde voy y los ojos es clave para hacerlo

-La visión sin duda alguna es el mecanismo para que usamos ya que con el tenemos el sentido de ubicación

-El sentido de la vista y tacto lo podemos usar, ya que así de igual manera podemos a través de tocar y saber el lugar por donde vamos

***Respuesta segunda pregunta:**

-Creemos que una aplicación móvil, se puede ser muy útil, así como sirven de guía para movilizarse en vehículos y caminando, se puede tomar una versión para personas con discapacidad visual

-Operadores o servicio de transporte aun que sería costoso ya que deberíamos pagar.

***Respuesta tercera pregunta:**

- Que sea de forma más exequible para estas personas con esta discapacidad
- Creo que el Estado debe ayudar a dar solución y ayudar a la movilización de estas personas
- Algún tipo de aplicación o sensor de movimiento que sea económico para su adquisición

***Respuesta cuarta pregunta:**

- Las aplicaciones más recurrentes para usar son ubicación, indicación de camino, comunicación a través de voz, la usaría porque me genera el beneficio de usar todos los servicios necesarios en una sola aplicación.

***Respuesta quinta pregunta:**

- La obtendría por su calidad y durabilidad por un valor estimado a \$15.000.

***Respuesta sexta pregunta:**

Todos los sistemas mencionados ya que son los que usamos con mayor frecuencia y nos dan mayores satisfacciones en poder manejarlos de una manera independiente

***Respuesta séptima pregunta:**

Los servicios más mencionados y de uso frecuente son perros lazarillo personas de guía, bastones de tacto, medios de comunicación son buenos pero no realmente satisfactorios frente a la necesidad que presentamos porque siempre habrán inconsistencias, inconformidades y dificultades para suplir las necesidades

***Respuesta octava pregunta:** Si hablamos de la actualidad hay pocos servicios aplicaciones o modalidades que nos garanticen a nosotros una buena ubicación por lo general se usan pero

como son poco viables los dejamos de usar al corto tiempo ya que nos comprenden y por el contrario no son de fácil acceso

3.4 Análisis de resultados

Las necesidades más sufridas y frustradas en las personas con este tipo de condiciones como se evidencia son las de ubicación geográfica en las ciudades ya que no cuentan con ningún tipo de apoyo para poder movilizarse tranquilamente ya que no hay como tal un tipo de servicio efectivo que les puede contribuir a sus falencias.

De la misma manera estas entrevistas nos han permitido generar el análisis de los aspectos a mejorar en la aplicación para así satisfacer en su totalidad sus necesidades que como se evidencian en las mismas son bastantes y de un carácter de bastante importancia social que aún no se ha tenido en cuenta en la parte social como en la parte gubernamental ya que nadie se ha preocupado lo suficiente con este tema tan importante.

De esta investigación podemos decir que esta aplicación GUIAPP , es un proyecto viable, ya que vemos que el público en general podría beneficiarse mucho de ella.

4. Plan de Marketing

4.1 Objetivo de plan de marketing

- **Comerciales, ventas del producto**

El objetivo comercial de esta app para invidentes es llegar a cumplir con un mínimo de ventas en un periodo no superior a un año y que el servicio o producto se propague cree la sensación en las personas con esta discapacidad de quererla adquirir, para que con esta puedan tener una ubicación mucho más fácil y accesible.

- **Marca, imagen de un producto**

El objetivo de marca en el caso de esta aplicación es que esta logre atravesar barreras de exclusión para las personas con esta discapacidad, que sea una aplicación eficiente, accesible y con carencia de deficiencia, en otras palabras que otorgue al invidente seguridad en su ubicación y movilidad.

- **Objetivo corporativo**

Nuestra aplicación móvil tiene como fin llegar a cubrir toda la población fijada en la ciudad de Bogotá para la población registrada como invidentes con datos verídicos del; **instituto nacional para ciegos (INCI)** entre los 8 años- años límite de hacer uso de capacidad motriz para manipular la aplicación, forjando así mismo una alianza estratégica e ir de la mano para crear capacitaciones sobre uso del servicio.

Tendrá un tiempo estimado de 6 meses para realizar primero una prueba piloto con un porcentaje del 50% de esta población para saber qué resultados arroja y que nivel de satisfacción genera en ellos, luego de esto se validaran e identificaran debilidades para obtener mejoras y realizar correspondientes cambios para tener una mayor adaptabilidad de la aplicación y cubrir el 50% restante en un tiempo estimado de 6 meses.

4.2 Estrategia del producto

Nuestro bien es una aplicación móvil que genera a las personas invidentes un sentido de orientación y ubicación a través de una aplicación móvil de voz y recepción de información

por medio de auriculares o altavoz que les indicara su camino de recorrido para llegar a su punto destino, que camino debe seguir y como llegar a él.

La persona invidente le indicara con su voz hacia donde desea dirigirse y la aplicación por un mecanismo satelital le indicara como es el camino, por donde debe dirigirse con sentidos de orientación, cuanto es el tiempo de recorrido que va trascurrir mientras llega a su objetivo, que objetos se cruzan a la hora de ir caminado para evitar choques, solución de posibles errores de ruta que haya seguido el receptor y verificación finalizada del camino recorrido.

Nuestro producto es diferencial e innovador porque los otros servicios que brindan las demás empresas recurren solo al sentido del tacto, Nuestra innovación y diferencia esta en que los invidentes por una secuencia de indicaciones de nuestra aplicación podrán escuchar toda la información de guía para recorrer el camino indicado de su ruta destino.

4.2.1 Estrategia de Marca

GUIAPP es una aplicación que por su exclusividad crea un toque de distinción que nos permite hacer el sello diferenciador para hacer un servicio único, aseguramos entregar al consumidor total confiabilidad en su ubicación ya que por sus características podemos garantizar el beneficio total de esta aplicación, pues pensamos en que si el usuario lo obtiene nunca más se verá obligado a utilizar otro método para obtener su ubicación con alto desempeño y rendimiento.

4.2.2. Estrategia post venta

- Cumplir con los acuerdos o promociones y también con la garantía del beneficio de Guiapp
- Compartir toda la información relevante con los clientes de cambios en el servicio
- Premiaciones a los clientes por su fidelidad, mediante eventos con concursos y rifas que también promocionen el beneficio de adquirir GUIAPP
- Realizar llamadas y controles de calidad permanentes creando así filing con los clientes, permitiendo a la organización visualizar fallas para poder mejorar
- Toda la estrategia post venta se da con el fin de satisfacer las necesidades del cliente

4.3 Estrategia de Precio

Presente un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios. Explique la manera mediante la cual definió el precio.

El precio que se va a cobrar por el uso de esta aplicación será \$60.000 (este precio está compuesto por un IVA fijado del 19% que será \$ 9.580 y 50.420 cabe aclarar que En el artículo 180 del texto final de la Reforma tributaria se señala que plataformas de distribución digital de aplicaciones móviles; servicios de publicidad online; y suministro de enseñanza o entrenamiento a distancia tendrán que pagar el IVA del 19 por ciento) que serán por los derechos de uso de esta aplicación iva incluido este precio estará pactado mediante una

mensualidad que deberá pagar el usuario, una vez el pago sea debitado de las cuentas de ahorros o cuentas corrientes de los usuarios, la aplicación podrá ser usada.

Por otro lado para la fijación de este precio se tuvieron en cuenta aspectos como que consideramos que este es un precio bastante accesible para el público en general, consideramos que nuestro servicio será de fácil uso y de alta efectividad, además no existe algo igual en el mercado.

4.3 Estrategia de Precio

El precio que se va a cobrar por el uso de esta aplicación será \$60.000 (este precio está compuesto por un IVA fijado del 19% que será \$ 9.580 y 50.420 cabe aclarar que en el artículo 180 del texto final de la Reforma tributaria se señala que plataformas de distribución digital de aplicaciones móviles; servicios de publicidad online; y suministro de enseñanza o entrenamiento a distancia tendrán que pagar el IVA del 19 por ciento) que serán por los derechos de uso de esta aplicación IVA incluido este precio estará pactado mediante una mensualidad que deberá pagar el usuario, una vez el pago sea debitado de las cuentas de ahorros o cuentas corrientes de los usuarios, la aplicación podrá ser usada.

Por otro lado para la fijación de este precio se tuvieron en cuenta aspectos como que consideramos que este es un precio bastante accesible para el público en general, consideramos que nuestro servicio será de fácil uso y de alta efectividad, además no existe algo igual en el mercado.

4.4 Estrategia de Publicidad

1. El nombre tendrá gran relevancia en el mercado ya que es llamativo atractivo fácil de recordar y acoplado a su funcionalidad.
2. Realizaremos foros en entidades y fundaciones de invidentes donde daremos a conocer el servicio evidenciando el producto piloto para el mercado objetivo y generar grandes expectativas para nuestros clientes.
3. Daremos a conocer la fecha de lanzamiento del servicio que será finalmente el día **15/10/2017** buscamos que este mensaje se difunda por voz a voz y crear mayor impacto e interés a los clientes.
4. El logotipo de la marca será atractivo buscando crear atracción que tengan vínculos cercanos con personas de esta condición y lograr adquisición para nuestros clientes objetivos.
5. Los medios de comunicación relacionados para promocionar nuestra aplicación serán cuñas radiales, foros, audiencias y propagandas de televisión, anuncios publicitarios en Facebook, allí daremos a conocer características específicas, estadísticas, beneficios, y funciones.
6. Lo más importante será crear un servicio de calidad esto nos dará mayor ranking y posicionamiento y así crecer su nivel de conocimiento las personas darán de que hablar y las recomendarán a nuestro mercado objetivo.

4.4.1 Plan de Medios

Objetivos

- **Darnos a conocer;** Nos daremos a conocer por las estrategias de publicidad y marketing implementadas y generar reconocimiento de la marca para ampliar el mercado.

- **Crear Imagen de marca;** El eslogan y logotipo serán llamativos y tiene que demostrar la calidad que impone con imagen y representación de calidad.
- **Fidelizar los clientes;** Construir una buena relación y cercanía con los clientes evaluar que nivel de satisfacción presentan con la aplicación, exceder las expectativas de los clientes y tener una atención personalizada para las diferentes necesidades.

Análisis del Target

- **Donde se encuentra;** Se verá reflejado en sistemas de descarga como Play Store, Google Play, Itunes para persona entre entre los 8 años- años límite de hacer uso de capacidad motriz para manipular la aplicación para personas que residen en la ciudad de Bogota para ambos sexos.
- **Como es;** Es un aplicativo móvil que tendrá todas sus funciones disponibles y de uso personal para manipularlo de forma entendible para los invidentes.
- **Donde Consume;** Tendrá función y actividad de la aplicación cuando marque su destino, funcionara con plan de datos para estar conectado al sistema de ubicación GPS.

Vamos a recopilar extraer y analizar toda la información que tendremos sobre nuestros clientes, con el enfoque que le daremos al mercado aprovecharemos las herramientas CRM.

Marcaremos criterios de segmentación según las bases de datos para analizar las diversas necesidades del nicho de mercado.

Estrategia

Debemos comunicar la información a tener en cuenta de quienes tendrán acceso a la aplicación y como lo deben hacer para no generar dudas e inquietudes, ser lo más claros

posibles en cuanto a las formas de adquirir el servicio y costos que deben asumir, todo esto se llevara a cabo por atención personalizada por contac center y servicio al cliente.

Medios

Para nuestro público objetivo y dar a conocer el servicio será ofrecido en foros de entidades para invidentes cuñas radiales propagandas de Tv y voz a voz.

Define los Formatos

Seremos puntuales y objetivos en los formatos publicitarios, daremos a conocer su principal función y factor diferencial para atraer al público.

Asignar Presupuesto

- Cuña en texto / menciones fuera de break: Pieza publicitaria radial de hasta 50 palabras. Se caracteriza por ser leídas por el DJ en vivo. Tiene un recargo del 30% sobre el valor de la cuña según la duración. \$90.000
- Comerciales de tv Anuncio publicitario local :15, :30 o :60 segundos \$200.000
- Anuncio Facebook Mes: \$230.000

Calendario/Timing

- El tiempo estimado de la duración de la campaña será de un mes.
- Se desarrollara a partir del 15 de diciembre ya que tenemos estimada la temporada alta y nos apoyamos en la adaptación y cambios constantes de la tecnología.

- El lanzamiento de la prueba piloto será el día 1 de diciembre en foros privados para entidades con discapacidad visual.

Análisis del Plan

Luego de realizar la planeación y ejecución del plan de medios realizaremos un control durante y al final de la campaña si realmente fue exitosa par nuestro plan de negocio para cambiar y rectificar nuevas oportunidades de mejora y que tan efectiva fue para nuestros objetivos propuestos, de allí tendremos la toma de decisiones para realizar cambios estratégicos.

5. PROTOTIPO

5.1 Descripción del servicio

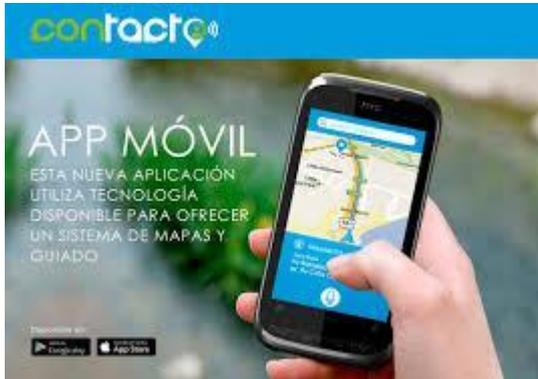
Nuestro bien es una aplicación móvil que genera a las personas invidentes un sentido de orientación y ubicación a través de una aplicación móvil de voz y recepción de información por medio de auriculares o altavoz que les indicara su camino de recorrido para llegar a su punto destino, que camino debe seguir y como llegar a él.

La persona invidente le indicara con su voz hacia donde desea dirigirse y la aplicación por un mecanismo satelital le indicara como es el camino, por donde debe dirigirse con sentidos de orientación, cuanto es el tiempo de recorrido que va trascurrir mientras llega a su objetivo, que objetos se cruzan a la hora de ir caminado para evitar choques, solución de posibles errores de ruta que haya seguido el receptor y verificación finalizada del camino recorrido.

5.2 Ficha técnica del servicio

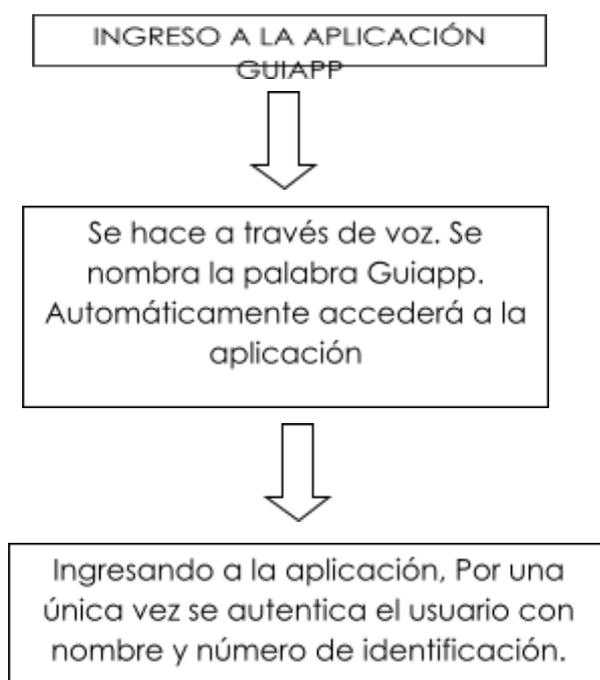
Aplicación móvil con funcionalidad vía tecnológica con uso de internet para soporte de uso, con capacidad de adquirirla en Play Store, Google Plays, Itunes soportada con red satelital, soporte para los diferentes sistemas operativos de celular, mecanismo de voz.

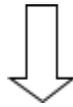
5.3 Diseño del Producto:



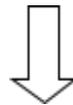


5.4 Planos;

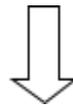




Al autenticarse, La app le indicara que informe su lugar de origen y destino. El usuario dará la información y la aplicación calculara la ruta más apropiada



Durante el trayecto la aplicación por medio de voz, le irá dando las indicaciones a la persona, para así movilizarse hacia el lugar de destino.



Al llegar la aplicación le informara a la persona que se ha llegado al destino. El usuario dirá la palabra "LLEGADO" con esto queda confirmado la llegada. Diciendo cerrar Guiapp. Esta aplicación se cerrara automáticamente

5.5 Canales de Distribución;

- Estrategia de Promoción

El objetivo de la promoción de nuestro servicio es principalmente darnos a conocer y en una aproximación a un mes **aumentar las ventas** del mismo, **atraer** la atención de los **clientes** y **mejorar nuestra marca**.

- Estrategias de Relaciones Públicas

GUIAPP es una aplicación que se dará a conocer también a través de INCI instituto nacional para ciegos, allí es donde principalmente queremos formar relaciones porque allí es donde vamos a encontrar a nuestros clientes objetivos, este lo haremos basándonos en presentar nuestro servicio innovador de calidad y de gran utilidad para las personas a las cuales va dirigido, también tenemos en cuenta, que con esta relación podríamos hacer entrevistas y organizar eventos para el lanzamiento del servicio, GUIAPP construirá una reputación gracias a su excelencia , su cumplimiento y satisfacción de una necesidad específica.

- Estrategias de Promoción de ventas

Este servicio en su lanzamiento se dará a conocer a través de eventos sociales donde el conglomerado Bogotano con esta discapacidad utilice la aplicación y se percate de su eficiencia, también se realizarán entrevistas en donde se evidencien los testimonios de personas que ya hayan probado este servicio.

- Estrategia de Distribución

Las alternativas de comercialización se darán a través de los medios de distribución especificados en el siguiente punto y la distribución del servicio físicamente se dará a través de eventos y entrevistas y serán reflejados de la siguiente manera

Online

- Plataformas y Apps. GUIAPP es una aplicación que debemos llevar a tiendas Android o Apple para que allí sea vendida, tendremos.
- Social Commerce: Usaremos también este canal de distribución debido a su bajo costo y su facilidad de uso, además también con este medio podremos obtener viabilidad ya que GUIAPP tendrá una gran cobertura.

Offline

- Canal de venta directa: en un principio se dará a través de eventos sociales, para que las personas conozcan los beneficios de este servicio.

- **CONCLUSIONES**

Analizando los diferentes mecanismos métodos y estrategias de mercado, productividad, eficiencia, eficacia y funcionalidad de la aplicación se puede deducir o concluir que:

Este tipo de servicio nace con la idea de desarrollo social para así contribuir a la inclusión a las personas con condición de discapacidad visual ya que se ha podido deducir mediante antecedentes sociales que estas personas sufren de alguna manera de un tipo de discriminación social ya que no se les está brindando los medios y métodos de comunicación y orientación que ellos necesitan

Básicamente este servicio es para suplir la necesidad de las personas invidente tales como comunicación y orientación en su entorno. Referente a esto se genera una simulación de estudio de social y se deduce fácilmente que este servicio sería bastante útil para las personas con este tipo de condiciones visuales, esto se puede evidenciar en las respectivas entrevistas realizadas.

- **Referencias**

- **Recuperado** **de;**

<https://www.lancetalent.com/blog/como-hacer-plan-de-medios-9-pasos/>

(LanceTalent, 2014)

- **Recuperado** **de;**

<https://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-xii-analisis-del-publico-objetivo/>

(Manuel, 2015)

- **Recuperado** **de;**
http://www.ehowenespanol.com/desafios-enfrentan-personas-videntes-lista_167084/
- **Recuperado** **de;**
<http://www.elnortedecastilla.es/20091205/zamora/persona-ciega-dificil-desesperante-20091205.html>
- **Recuperado** **de;**
<http://www.afb.org/info/como-vivir-con-la-perdida-de-la-vision/servicios-especializados/25>
- **Recuperado** **de;**
<https://www.bbvaopenmind.com/tecnologia-para-invidentes-mas-alla-del-braille/>
- **Recuperado de;** <https://www.youtube.com/watch?v=q8VAk0GpDNI>
- **Recuperado** **de;**
<https://www.elespectador.com/noticias/politica/colombia-garantizar-el-derecho-informacion-personas-dis-articulo-548989>