



Blindapp

El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

BLINDAPP

Realizado por:

Jeimmy Magdeleine Cabezas Paredes

Leidy Delgado García

Llindry Lorena Moreno Torres

JHON ALEXANDER GONZÁLEZ DORADO

Docente

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR – CUN

Creación de Empresas II

GRUPO: 50101

Bogotá D.C., 16 de noviembre de 2020



Contenido

1. Descripción de la idea de negocio.....	5
2. Modelo de negocio e-commerce.....	10
3. Innovación sostenible	12
4. Análisis del sector – estrategia océano azul.....	16
4.1. Estrategia océano azul	17
5. Análisis de Porter.....	17
5.1. Poder de negociación con los clientes.	17
5.2. Poder de negociación con los proveedores.	18
5.3. Amenaza de productos sustitutos.....	18
5.4. Amenaza de productos entrantes.....	18
5.5. Rivalidad entre los competidores.....	18
5.6. Estrategias de producto para clientes.....	19
5.6.1. Calidad:	19
5.6.2. Envase:.....	19
5.6.3. Diseño:	19
5.6.4. Servicio:	20
5.7. Estrategias de Precios	21
5.8. Estrategia de Distribución.....	24
5.9. Estrategia de Comunicación.....	25
5.10. Estrategia de marketing digital.....	28
6. Estrategia de marketing digital.....	34
7. Métricas Digitales	38
8. Estudio Técnico.....	39
9. Estudio Técnico II.....	45
10. Estudio técnico III.....	48
Lanzamiento del producto	51
1. Referencias	54



Blindapp

El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

Índice de tablas

Tabla 1 Descripción de la idea de negocio	5
Tabla 2 Uso de materiales	12
Tabla 3 Análisis del sector	16
Tabla 4 Marketing mix.....	26
Tabla 5 Desarrollo de la marca	27
Tabla 6: Requerimientos de operación	41
Tabla 7: Insumos requeridos para el producto	46
Tabla 8: Capacidad de producción Blindapp	46



Blindapp

El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Portafolio Blindapp.....	21
Ilustración 2: Página inicio, Blindapp.....	28
Ilustración 3: Blindapp web.....	29
Ilustración 4: Blindapp web- información.....	29
Ilustración 5: Blindapp web- quiénes somos.....	30
Ilustración 6: Blindapp web- Portafolio de productos 1.....	30
Ilustración 7: Blindapp web- Portafolio de productos 2.....	31
Ilustración 8: Blindapp web- Portafolio de productos 3.....	31
Ilustración 9: Blindapp web- Historia.....	32
Ilustración 10: Blindapp web- Contacto.....	32
Ilustración 11: Blindapp web- Contacto 2.....	33
Ilustración 12: Flyer Blindapp 1.....	34
Ilustración 13: Flyer Blindapp 2.....	35
Ilustración 14: Vista Movil Flyer Blindapp.....	35
Ilustración 15: Perfil Blindapp instagram.....	36
Ilustración 16: Blindapp Código QR.....	37
Ilustración 17: Apoyo a la campaña.....	38
Ilustración 18: Estadísticas Instagram Blindapp.....	39
Ilustración 19: Ubicación geográfica Blindapp.....	40
Ilustración 20: Plano Blindapp.....	44
Ilustración 21: Fijograma de procesos Blindapp.....	45
Ilustración 22: Ficha técnica de producto Blindapp.....	48
Ilustración 23: Material de apoyo1, lanzamiento.....	51
Ilustración 24: Material de apoyo 2, lanzamiento.....	51
Ilustración 25: Material de apoyo 3, lanzamiento.....	52
Ilustración 26: Material de apoyo 4, lanzamiento.....	52
Ilustración 27: Material de apoyo5, lanzamiento.....	53

1. Descripción de la idea de negocio.

Tabla 1 Descripción de la idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Bastón blanco con sistema Bluetooth. (Wikipedia).
¿Quién es el cliente potencial?	Personas con discapacidad visual.
¿Cuál es la necesidad?	Ofrecer seguridad y confianza para el desplazamiento en el transporte público de las personas que tengan algún tipo de discapacidad visual.
¿Cómo?	Brindando apoyo, acompañamiento y guía a la población invidente por medio de un sistema de audio vía bluetooth enlazado entre el bastón blanco y un audífono inalámbrico. De esta forma el usuario podrá contar con una orientación más precisa y segura al momento de sus desplazamientos, esto, apoyado en la ley 1680 del 2013. (CONGRESO DE COLOMBIA 2013).
¿Por qué lo preferirán?	Por qué facilita el desplazamiento brinda seguridad y confianza y nuestros están al alcance de nuestros clientes.

<p>Segmento:</p> <p>El modelo de negocio se va a trabajar con personas de discapacidad visual.</p> <p>Por algún tipo de anomalía, daño o defecto en su vista, el invidente no consigue percibir correctamente el mundo que lo rodea a través de los ojos. La ceguera puede ser parcial o total dependiendo del grado de discapacidad. (Asociación Gulpuzcoana de Deficientes Visuales 2016).</p> <p>Habitualmente se denomina invidente o ciego a quien carece totalmente de visión o apenas consigue percibir la luz, pero no puede apelar a la visión para adquirir conocimientos. Por otro lado, hay individuos que son ciegos parciales, que tienen baja</p>	<p>Debe resolver problemas o satisfacer necesidades:</p> <p>En la ciudad de Bogotá se ha evidenciado la dificultad que tienen las personas invidentes al momento de tomar algún tipo de transporte y desplazamiento de un lugar a otro, (EL TIEMPO,2018); para aquellas personas que presentan esta condición es muy complejo tener que esperar bastante tiempo alguna ruta o en su defecto tener que pedir la ubicación de donde están. (Arbeláez et al. 2019).</p> <p>BLINDAPP va a estar siempre al alcance de los clientes con o sin recursos, ayudando los a desplazarse en todo momento dentro y fuera de las estaciones de Transmilenio, (Solanilla, 2018), ya que no solo le va a indicar las rutas también va a indicar que estación es a la que está</p>	<p>Arquitectura del servicio</p> <p>Recursos:</p> <p>Para nuestro modelo de negocio es necesario el uso de recursos tecnológicos, Ingenieros de sistemas que sepan el uso de GPS, e implementación de guía de voz a través de APP; Personal capacitado (optómetras)</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>visión o que son limitados. (Mon,2012).</p>	<p>ingresando. Consiguiendo que nuestro cliente ahorre tiempo, y sin tener duda de que este perdido.</p> <p>Solución</p> <ul style="list-style-type: none"> -Guía eficaz a nuestros clientes, para coger la ruta correcta -Seguridad y rapidez a la hora de utilizar el servicio -Ser asequibles para todas las personas invidentes 	
<p>Costo y precio:</p> <p>PVP \$110.000</p> <p>Costos:</p> <p>Bastón Blanco \$ 42.500</p> <p>Audífonos: \$ 30.000</p> <p>Instalación del sistema: \$37.500</p>	<p>Mecanismos de entrega:</p> <p>Los canales de comunicación y distribución constituyen los principales puntos de contacto entre la empresa y sus clientes, siendo un elemento esencial en la experiencia global de consumo. En definitiva, permiten difundir y entregar nuestra propuesta de valor.</p>	<p>Ganancias esperadas:</p> <p>Se presentará el proyecto de la Empresa Blindapp, ante Min ambiente para solicitar una ayuda pública y así poder generar un incremento económico para el crecimiento de nuestra empresa. La forma de hacer realidad nuestro proyecto es presentar la documentación requerida y así poder postular nuestra con un método de ayuda para las personas con discapacidad visual vía bluetooth el cual consiste en un bastón que</p>

		<p>ayudara por medio de vibración un aviso de llegada al sitio esperado. Obviamente debemos aportar una parte de capital propio esto genera confiabilidad y compromiso del proyecto, debemos cuantificar y desarrollar un cálculo en pesos en donde identifiquemos y estudiemos la viabilidad económica financiera de un nuevo modelo de negocio.</p>
<p>Recursos:</p> <p>Blindad viene en beneficencia para las personas invidentes de altos y bajos recursos, para toda clase de personas con discapacidad visual. La energía solar va a ser un gran aliado, ya que este no solo puede recargar con energía eléctrica y tener que pensar en qué momento se van a quedar sin batería y tener que buscar</p>	<p>Fidelidad:</p> <p>Ofrecemos servicio de asesoría y soporte para el producto que se adquiere</p> <p>Garantizamos un buen servicio y producto, acompañarlo desde que entra hasta que sale, aun así, cuando haya o no comprado más adelante puede volver. Además, si lo compra puede dar buenas</p>	<p>Cadena:</p> <p>Para dar a conocer los productos se contará nuevamente con alianzas con las asociaciones de personas con discapacidad, aprovechando realización de eventos como talleres, cursos, conferencias, entre otros.</p> <p>También es importante implementar publicidad por volanteo y redes sociales, con el fin de llegar a aquellas personas</p>



Blindapp

El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

un enchufe, va a ser de gran preocupación, pero la energía solar ayudara a que el tiempo de las personas invidentes se aún más valioso y rápido, ya que el bastón banco va a ir conectado vía bluetooth a un audífono vinculándolos. La forma de saber que se está descargando es que este va a alertar con una vibración cuando le quede el 30% de batería, así le dará tiempo a la persona con discapacidad visual de recargar con energía eléctrica o solar.

referencias de este producto y servicio.

que conviven con individuos de las poblaciones objeto del proyecto.

Fuente: Elaboración propia de los autores.

2. Modelo de negocio e-commerce

¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Vender por internet se convirtió en una **necesidad para los negocios que buscan expandir su crecimiento**. La industria del e-commerce en el país se fortalece año tras año, y esta tendencia también se observa en el mundo.

El consumidor de hoy exige la **presencia de las marcas en el mundo online**, ese espacio donde pasa varias horas del día y donde busca, cotidianamente, los productos y/o servicio que quiere comprar. Vender por internet puede brindar mayor presencia del producto. y/o servicio y eficacia a al momento de comprar y vender.

¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Crear un ciclo de venta, para que así el cliente tome la decisión de compra particular que se rige por factores como su presupuesto, urgencia para resolver una necesidad y el valor que percibe en el momento de compra. Generar ventas en corto plazo como ofertas y promociones

Describir los productos detalladamente, para que en el momento de la compra ellos puedan tener claro y no generar inquietudes, esta opción se puede ver escrita o por audio, teniendo en cuenta que nuestros clientes son invidentes. Crear un sitio web llamativo y claro, de una época actual.

Crear una imagen de los productos real, es decir, lo que se vende en físico que sea la misma imagen en online

¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Para poder cerrar la venta, hay que tener muy claro que el cliente haya escogido lo que él realmente estaba buscando.

Que al momento que el cliente este el website, tenga seguridad que se está vendiendo para ellos y sus necesidades, tener textos seguros que estén dirigidos a ellos como clientes, donde se les da la confianza que el producto es confiable y contiene sus garantías.

Dejar claro que en caso de alguna inquietud o más para obtener mar información nos puede llamar o escribirnos.


En el momento que los clientes vayan seleccionando los productos, se crea la opción de agregar al carrito, y después de que haya elegido su compra, puede deberá digitar todos sus datos.

Los medios de pago podrán ser varios, para que los clientes puedan tener diferentes opciones y que estén a su alcance y facilidad de pago.

- Tarjeta
- Transferencia
- Contra entrega

3. Innovación sostenible

Tabla 2 Uso de materiales

	AGUA	ENERGIA	MATERIA PRIMA	EMISIONES	RESIDUOS
<p>Producto o servicio ¿El producto tiene un ecodiseño? Si, consta de cargar el bastón blanco y el celular con energía solar</p>	<p>¿Usa eficientemente el agua? En este producto, por ahora no hacemos uso del agua, pero se está validando una posible inclusión debido a que el agua también es una fuente de energía. ¿Como? En este caso sería para la</p>	<p>¿Reduce el consumo de energía? Claro que sí, ya que nuestro producto se puede recargar con luz solar ¿Cómo? En el momento que se está descargando es que este va a alertar con una vibración</p>	<p>¿Reduce los insumos? Si ¿Cómo? Vamos a disminuir los costos de suministros, esto lo hace a través de proveedores mayoristas. Monitorear rendimientos, llevar un control de la producción de los</p>	<p>¿Ha medido su huella de carbono? No se ha medido la huella de carbono ¿Cuál es el resultado? No aplica</p>	<p>¿Qué residuos recicla? Se reciclan los auriculares que por alguna razón dejan de funcionar</p>



	<p>función de nuestra empresa como tal, sabemos que de alguna u otra manera debemos tener una oficina o lugar donde fabricar y crear nuestro producto. Lo que podríamos dejar el agua como la fuente de energía</p>	<p>cuando le quede el 30% de batería, así le dará tiempo a la persona con discapacidad visual de recargar con energía solar si esta en la calle, sin que se quede sin carga y tener que buscar como recargar el bastón. ¿Qué equipos utiliza? Para nuestro producto los equipos que podemos utilizar son:</p>	<p>bastones, con el fin de mantener la calidad y reducir los costos de fabricación, estandarizar procesos. ¿Utiliza Químicos? En este proyecto no se hace el uso de químicos ¿Cuáles? No aplica ¿Qué empaque y embalaje utiliza? No aplica</p>		
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



Blindapp

El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

		el Bastón blanco y el celular los cuales van vinculados a través de Bluetooth			
Marketing ¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente? Si, a través de la asociación deportiva para los discapacitados, por medio de los audífonos ellos puedan guiarse para		¿Qué medios de transporte utiliza? Para ayudar a las personas con discapacidad visual al momento de desplazarse en Transmilenio, hemos escogido este medio d transporte para aplicar	¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing? Papel, cartón y plástico		



Blindapp

El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

realizar alguna actividad física, sin necesidad de utilizar un medio de transporte.		nuestro producto con el fin de ayudarlos a desplazarse en este medio.			
-------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------	--	--	--

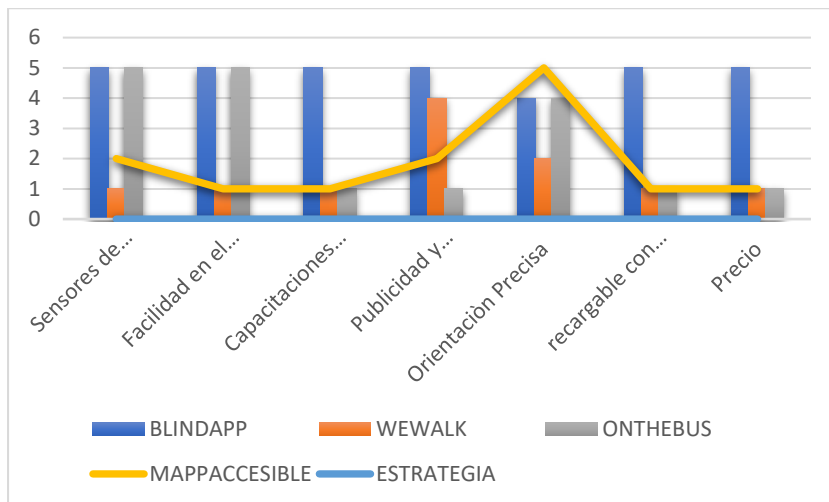
Fuente: Elaboración propia de los autores.

4. Análisis del sector – estrategia océano azul

VARIABLES	Sensore s de proximi dad	Facilida d en el Transp orte Publico	Capacitaci ones Gratuitas	Publici dad y Promoc ión	Orientac ión Precisa	recarga ble con energía solar	Precio
BLINDAPP	5	5	5	5	4	5	5
WEWALK	1	1	1	4	2	1	1
ONTHEBUS	5	5	1	1	4	1	1
MAPPACCES IBLE	2	1	1	2	5	1	1
ESTRATEGI A	Increme ntar	Increme ntar	Mantener	Manten er	Incremen tar	Increme ntar	Increme ntar

Tabla 3 Análisis del sector

Fuente: Elaboración propia de los autores



Rendimiento	fácil Ubicación	Remunerativas	Crecimiento	Seguridad	Ahorrador	Ganancias
-------------	-----------------	---------------	-------------	-----------	-----------	-----------

4.1. Estrategia océano azul

Realicemos las lecturas y para desarrollar esta actividad deben apoyarse con el recurso de "Ejercicio Océano"

- a. Identifique quien es su competencia
- b. Defina las variables importantes para su idea de negocio
- c. Dele un valor de (1 a 5)
- d. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)

Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importante que van a diferenciarlo con su competencia:

5. Análisis de Porter.

5.1. Poder de negociación con los clientes.

Esta fuerza nos indica que a menor cantidad de compradores mayor capacidad de negociación, Teniendo en cuenta que el producto ofrecido cubre una necesidad del cliente el impacto de esta fuerza sería menor ,ya que el cliente no presenta muchas alternativas en el mercado porque el producto precisamente es para una población en especial ,Sin embargo la única posibilidad que esta fuerza impacte seria si el usuario busca un mejor producto que solucione algún otro tipo de necesidad adicional a la inicial.(Michael E Porter).

5.2. Poder de negociación con los proveedores.

El poder con que cuentan los proveedores de la industria para aumentar sus precios, esto teniendo en cuenta que si bien hay varias empresas de producción de bastón blanco no producen el audífono adicional por lo que hace que se deba generar una alianza adicional para el aprovisionamiento del audífono y del soporte del mismo. Al no existir productos sustitutos la capacidad de negociación se impacta ya que se debe generar negociación solo con empresas con la misma clase de productos.

5.3. Amenaza de productos sustitutos.

Son aquellos que pueden suplir una misma necesidad que hasta ahora otro producto viene generando, Sin embargo los productos ortopédicos y de apoyo para personas con discapacidad visual no presentan productos sustitutos ya que se desarrollan para cubrir ciertas necesidades en específico, la amenaza se presenta cuando dichos productos desarrollan una mejor tecnología y mejoran el producto que hasta ahora se venía manejando ,sin embargo esto aumentaría los costos por lo que el cliente es posible no lo pueda adquirir.

5.4. Amenaza de productos entrantes.

Se encuentran varias instituciones, aplicaciones etc. que se manejan de alguna manera el mercado para las personas con discapacidad visual, teniendo en cuenta que brindan apoyo tecnológico y humano, Además de las diferentes empresas que elaboran el bastón blanco y es posible que al querer ampliar su capacidad en el mercado quieran mejorar el producto y por ende incorporen tecnologías parecidas como la que hasta ahora Blindapp ofrece.

5.5. Rivalidad entre los competidores.



Si bien es cierto que existe todo tipo de bastón blanco, Blindapp representa un avance y personalización en este tipo de ayuda para personas con discapacidad visual ya que se apoya en el uso del auricular y se especializa en el direccionamiento y apoyo para el traslado en el transporte público.

Teniendo en cuenta también que existe el apoyo por parte del Gobierno a personas con discapacidad visual, pero son productos básicos y de baja calidad.

5.6. Estrategias de producto para clientes.

BLINDAPP, el bastón blanco para invidentes está equipado con un Audífono que se enlaza a un desarrollador de Software vía Bluetooth, el cual permite ubicarse en cualquier parte de la ciudad o en el transporte por medio de la voz.

5.6.1. Calidad: En el mango del Bastón Blindapp se inserta un Audífono en donde la persona con discapacidad visual por medio de la voz puede ubicarse en cualquier lugar sin obstáculo alguno.

5.6.2. Envase: A diferencia de la competencia nuestra voz hace el enlace para una ubicación fácil y rápida, en el mango del Bastón en donde va el Audífono, se implementa un caucho resistente al agua, el cual protege al Audífono para una duración efectiva y sin problemas. Todo se realiza por medio de un Software el cual se encarga de enviar las señales por medio de la voz para una ubicación efectiva. Una de la garantía importante es que se carga por medio de la energía solar esto facilita confianza al consumidor.

5.6.3. Diseño: Es un Bastón tiene un diámetro 3.5 mm de 120 mts a 130 mts para adulto y para niños, es ajustable para todo tipo de edad.

5.6.4. Servicio: Por esta razón Blindapp ha pensado de manera importante e incluyente sobre la importancia de que esta población tenga la misma adquisición tecnológica a la que las personas que no tienen esta condición y en su caso al no poder contar con las mismas capacidades visuales puedan tener la confianza y confiabilidad de que al momento de sus desplazamientos puedan estar confiados y seguros de contar con la mejor de las aplicaciones para ellos.

De la información que se recolectó se tendrá en cuenta los siguientes aspectos importantes para el desarrollo del producto;

- La mayor parte de las personas de las poblaciones con discapacidad visual inferiores se concentran en los estratos 1 y 2.
- En general los ingresos de estas personas no superan los 3 salarios mínimos mensuales.
- La mayor parte de las personas con discapacidad visual se encuentra en Bogotá, sin embargo, otros departamentos del país tienen una importante concentración de estas poblaciones. Antioquía, Valle, Santander y Nariño son considerados mercados atractivos para los productos objeto del proyecto.
- La mayor parte de las personas con las discapacidades de interés para el proyecto son hombres. (Ministerio de salud y Protección social 2017).
- En su mayoría las personas con discapacidad visual son de grupos etarios avanzados. (OMS 2018).

Por lo anterior, el mercado meta del proyecto son las personas con discapacidad visual de ingresos bajos, principalmente son de edades avanzadas. En principio se piensa incursionar

en Bogotá, posteriormente el restante del país a través de los diferentes canales de comercialización definidos.

Ilustración 1: Portafolio Blindapp



Fuente: Elaboración propia de los autores

5.7. Estrategias de Precios

Nuestra empresa dedica un tiempo para sacar datos y cifras en nuestro precio al público en donde se determina diferentes aspectos para ser competitivos con el mercado actual.



Según datos del DANE de 2005, 2.624.898 personas refirieron tener alguna discapacidad.

Desde el año 2.002 a través del Registro de Localización y Caracterización de Personas con Discapacidad RLCPD se han identificado 1.342.222 personas. (Ministerio de salud 2018).

Se realiza un Nicho de Mercado en donde se identifica que se encuentra un bastón WeWalk el cual es un invento de un Ingeniero con discapacidad visual llamado Kursat Ceylan de la ciudad de argentina, con un coste aproximado de 500 USD, es igual a \$1,883,250.00 peso colombiano.

En Barcelona crean una aplicación para dispositivos con sistema operativo Android el cual se descarga en el celular y es así como se puede ubicar una persona con discapacidad visual, aproximadamente se encuentra en el mercado a 500 EUR, es igual a \$2,230,135.23 peso colombiano.

Realizando dicha investigación definimos la fijación del precio basado en los costos.

Costos indirectos	\$100.000	
Materia prima directa	\$200.000	
Gastos de ventas	\$80.000	
Gastos de administración	\$100.000	
Mano de obra directa	\$200.000	
Utilidad deseada		60% del costo total

Con la información anterior, determinamos el costo primo, costo de conversión, costos de producción, costos de operación, costo total y precio de venta. Así mismo podemos llegar a un aproximado de precio de venta al consumidor.

Costo primo

Materia Prima Directa	200.000
Mano de Obra Directa	200.000
TOTAL	400.000

Costo de conversión

Mano de Obra Directa	200.000
Costos Indirectos	100.000
TOTAL	300.000

Costos de producción

Materia Prima Directa	200.000
Mano de Obra Directa	200.000
Costos Indirectos	100.000
TOTAL	500.000

Costos de operación

Gastos de Ventas	80.000
Gastos de Administración	100.000
TOTAL	180.000

Costo total

Costos de Producción	500.000
Costos de Operación	180.000
TOTAL	680.000



Precio de venta

Costo Total	680.000
Por 60%	408.000
TOTAL	1.088.000

Es así como identificamos el costo unitario para fabricar una unidad de producción, indicando la cantidad de dinero que vamos a invertir para su fabricación, llegando a un precio al consumidor de **\$1.088.000**, si comparamos el precio con el mercado se identifica que tenemos un valor razonable y fácil para poderlo adquirir con facilidad.

5.8. Estrategia de Distribución.

Realizaremos una base de datos de clientes en donde estaremos actualizando para ventas exitosas e identificaremos el comportamiento de compra de las personas con discapacidad visual creando mensajes dirigidos que muevan a los clientes a responder de manera que los mantenga activos, leales y comprometidos.

Se realizará un grupo en wasap y una plataforma en Instagram para promocionar nuestro producto Baston Blindapp.

Planificaremos campañas para que salgan en las redes sociales con ofertas especiales, creativas para permitir a los clientes múltiples formas de responder y así mismo proyectemos ventas exitosas con ganancias exitosas.



Se darán conferencias y eventos promocionales para brindar información útil para el consumidor, esto con el fin de compartir conocimiento y posicionarme como líder en el sector. Eso nos ayuda a generar valor con los clientes y poder llevar nuestro producto Blindapp a nuevos públicos, además pagaremos en una emisora por promocionar nuestro producto esto ayudara a fortalecer la relación con los clientes actuales, atraer a nuevos públicos, aumentar el reconocimiento de nuestro producto Blindapp.

5.9. Estrategia de Comunicación.

Se escogió el modelo de Negocio directo de venta por internet, se tiene una publicidad en Instagram para toda clase de edad, en especial personas con discapacidad visual de estratos 1 y 2. Además se colocará la siguiente frase.

“No puedo negar que mi discapacidad visual me ha hecho ver el mundo mucho más allá de lo que imaginaba antes.” - Angela Carolina Poeta

Es hay en donde daremos a conocer nuestro producto y la importancia que tiene para comprarlo ya que ello ayudaría a que nuestras ventas se suban en un 70%.



Blindapp

El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

Tabla 4 Marketing mix

MARKETING MIX						
Estrategia	Objetivo Smart	Como llegare al Objetivo	Quien	Cuando	Donde	Valor
Producto	Vamos hacer que nuestro Baston Blindapp ademas de ser recargable con toma corriente, tambien sea recargable con luz solar, eso nos da posicion en el mercado. Y asi adquirir ventas exitosas, empezaremos con 200 Bastones Blindapp	En el dispositivo se colocara una cinta de niquel para basterias recargables con Luz Solar	Lo implementaremos en nuestra planta de produccion, contratando con un tercero para la compra de la Bateria de Niquel	En el segundo semestre del 2021	Empezaremos en la zona sur ya que queremos que las personas con discapacidad visual que no tienen la posibilidad de obtener el Baston Blindapp lo compren con facilidad.	2.400.000,00
Precio	Se dara un descuento a las personas vulnerables del 15%, asi aumentar el 50% de ventas	Mostrando al consumidor la ventaja que obtiene con ese descuento	Con el quipo de trabajo	Se realizara por las redes sociales una campañas en el segundo trimestre del 2021	Se maneja el descuento solo en la zona sur	924.800,00
Promocion y comunicac ión	Lleve dos Bastones Blindapp por	Se haran campañas en las redes sociales para aumentar visitas a la web y conseguir nuevos clientes	Nos apoyaremos en Instagram, Facebook y grupos de Wasap	Segundo semestre del año 2021	Se presentara la Promociòn para personas de todas las edades y todas las zonas	1.968.000,00

Fuente: Elaboración propia de los autores.

Tabla 5 Desarrollo de la marca

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA		
Nombre de la Idea	BLINDAPP	
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Primer paso: Diagnostico del Mercado	A. Identificación del sector	Tecnología, cultura ciudadana, Creatividad
	B. Identificar marcas en competencia	We Walk, On the Bus y Mapp Accesible
	C. Soluciones principales y alternativas	Desplazamiento seguro e independiente, carga solar.
	D. Tendencias de Mercado	Tecnología avanzada, Precisión al detectar objetos y personas, internet. Diseño
	E. Arquetipo de la marca	Creador, Explorador, Héroe y Protector.
Segundo paso: Realidad psicológica de la marca	A. Percepción de la marca de la competencia	Creatividad, reconocimiento y posicionamiento
	B. Identificar variables del neuromarketing	diseño, color y tamaño.
Tercer paso: Posicionamiento	A. Identificar top of mind	Excelente
	B. Identificar top of heart	alta calidad, beneficios de caminar

Cuarto paso: Realidad material de la Marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Espíritu creativo, sensibilidad, diseño, protector, guía, exclusividad y calidad
Quinto paso: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales	Instagram, página web

Fuente: Elaboración propia de los autores.

5.10. Estrategia de marketing digital

Ilustración 2: Página inicio, Blinapp



Fuente: Elaboración propia de los autores.

<https://alejompdj88.wixsite.com/blindapp2020jcldlm>

Ilustración 3: Blindapp web

La guía es la mejor forma de poder llegar a tu destino con facilidad, seguridad y rapidez.

Guíate tu mismo!!!



Blindapp, quiere cautivar a sus clientes. Hoy, Blindapp le entrega un gran día a los visitantes de todas las edades. Hay tanto por hacer aquí que le garantizamos que un día no es suficiente.

¡Vamos a chatear!
Te responderemos tan pronto como podamos

Fuente: Elaboración propia de los autores.
<https://alejompdj88.wixsite.com/blindapp2020jclldlm>

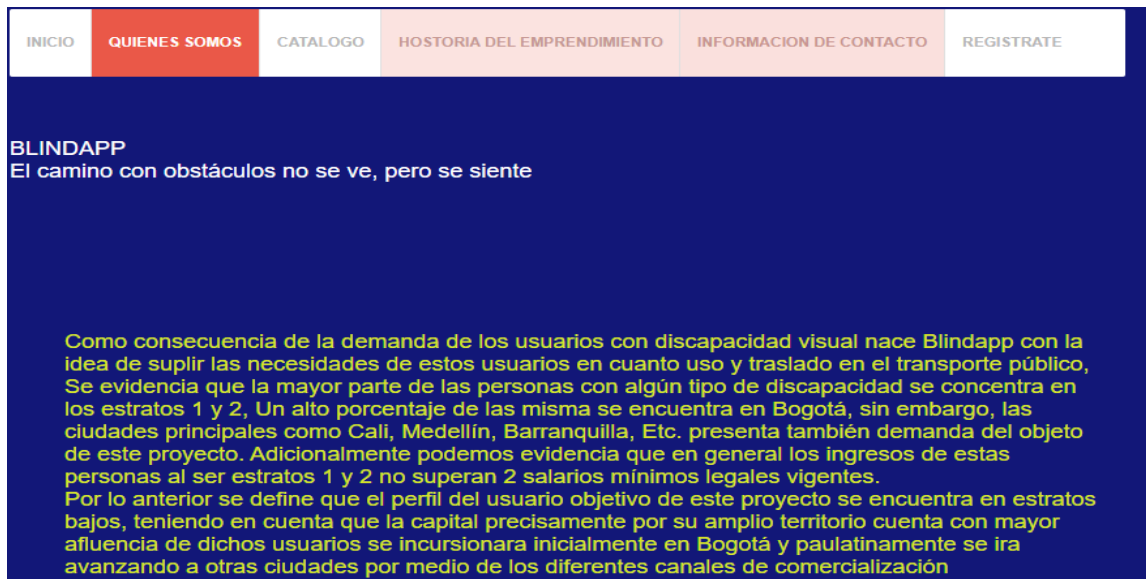
Ilustración 4: Blindapp web- información



Queremos generar conciencia y responsabilidad sobre el impacto que nuestro producto crear en el presente y futuro, para la ayuda de la población invidente, para preservar las buenas condiciones de su alrededor relacionándose estrechamente con la ética y la moral. Nuestra responsabilidad social es un compromiso de nuestra empresa para generar un impacto social significativo que comprenda y demuestre los derechos, valores y oportunidades de las personas invidentes.

Fuente: Elaboración propia de los autores.
<https://alejompdj88.wixsite.com/blindapp2020jclldlm>

Ilustración 5: Blindapp web- quiénes somos



Fuente: Elaboración propia de los autores.

<https://alejompdj88.wixsite.com/blindapp2020jcdlm>


Ilustración 6: Blindapp web- Portafolio de productos 1



Fuente: Elaboración propia de los autores.

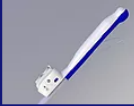
<https://alejompdj88.wixsite.com/blindapp2020jcdlm>

Ilustración 7: Blindapp web- Portafolio de productos 2



- Audífonos Bluetooth
- Excelente calidad
- Resistente al agua


COP \$75.000



- Cambio de Mango
- Variedad de colores
- A la medida
- De fácil conectividad
- Instalación rápida

COP \$35.000

"La discapacidad no te define; te define cómo haces frente a los desafíos que la discapacidad te presenta." - Jim Abbott




- Aluminio
- Cordel elástico para mayor seguridad
- Reflectante en la noche
- Bluetooth

¡Vamos a chatear!

⚡ Te responderemos tan pronto como podamos


Fuente: Elaboración propia de los autores.
<https://alejompdj88.wixsite.com/blindapp2020jcdlml>

Ilustración 8: Blindapp web- Portafolio de productos 3



- Aluminio
- Cordel elástico para mayor seguridad
- Reflectante en la noche
- Bluetooth

COP \$ 650.000



- Aluminio
- Cordel elástico para mayor seguridad
- Reflectante en la noche
- Bluetooth


COP \$ 650.000

Productos

Audífonos

Bastón Blanco

© 2023 por Vista Clara.



Fuente: Elaboración propia de los autores.
<https://alejompdj88.wixsite.com/blindapp2020jcdlml>

31



Ilustración 9: Blindapp web- Historia

INICIO	QUIENES SOMOS	CATALOGO	HISTORIA DEL EMPRENDIMIENTO	INFORMACION DE CONTACTO	REGISTRATE
--------	---------------	----------	------------------------------------	-------------------------	------------

BLINDAPP
El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

Este emprendimiento nace con la necesidad de ayudar en el desplazamiento de las personas invidentes sea mas rápido, seguro y de una guía mas precisa. Blindadpp, busca que a través del bastón y audífonos las personas invidentes puedan trasladarse dentro de las estaciones y articulados del sistema de Transmilenio.

Querernos generar conciencia y responsabilidad sobre el impacto que nuestro producto genere en un presente y futuro para la ayuda de la población invidente para preservar las buenas condiciones de su alrededor relacionándose estrechamente con la ética y la moral. Nuestra responsabilidad social es un compromiso de nuestra empresa para generar un impacto social significativo que comprenda y demuestre los derechos, valores y oportunidades de las personas invidentes.

Fuente: Elaboración propia de los autores.
<https://alejompdj88.wixsite.com/blindapp2020jcdlm>

Ilustración 10: Blindapp web- Contacto

BLINDAPP
El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

Dirección:
Carrera 37 A # 25 A - 52
Bogotá, Colombia

Telefono:
+57 - 1 806 16 66 / 01 - 8000180704
+57 - 1 314-2440556

Email:
gerencia@blindapp.com.co

Instagram


¡Vamos a chatear

Fuente: Elaboración propia de los autores
<https://alejompdj88.wixsite.com/blindapp2020jcdlm>

Ilustración 11: Blindapp web- Contacto 2

BLINDAPP
El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

Aquí está tu oportunidad para hacer parte de nosotros

Nombre	Apellido
Email	Teléfono
Fecha de nacimiento 	

Género

Mujer

Masculino

¡Vamos a chatear!
⚡ Te responderemos tan pronto

Fuente: Elaboración propia de los autores
<https://alejompdj88.wixsite.com/blindapp2020jcdlm>

6. Estrategia de marketing digital

Dentro de nuestra estrategia de marketing digital para alcanzar el objetivo de nuestro plan de negocio queremos formular a través de la actividad física por medio de una media maratón creada para personas con alguna limitación visual; en donde podamos difundir nuestro producto y servicio queremos demostrar que gracias a la implementación de nuestro bastón blanco no se crea una limitante para poder desarrollar este tipo de encuentros.

Nuestra actividad se difundirá a través de redes sociales por medio de nuestro Instagram Blindapp2020.

Ilustración 12: Flyer Blindapp 1



Fuente: Elaboración propia de los autores.

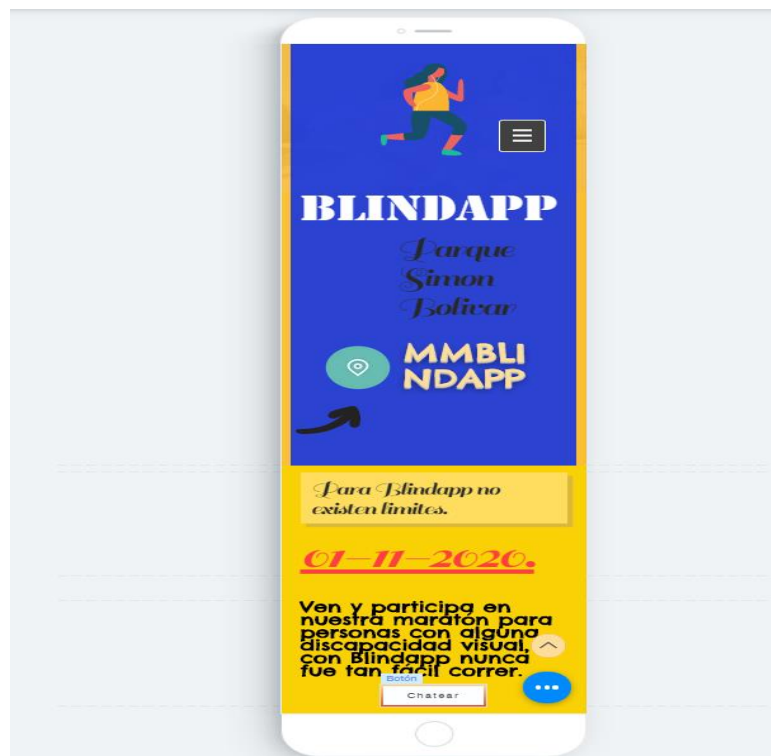


Ilustración 13: Flyer Blindapp 2



Fuente: Elaboración propia de los autores.

Ilustración 14: Vista Movil Flyer Blindapp



Fuente: Elaboración propia de los autores.



Ilustración 15: Perfil Blindapp instagram



Fuente: Perfil Instagram Blindapp

Ilustración 16: Blindapp Código QR



Fuente: Elaboración propia de los autores.

7. Métricas Digitales

Para evaluar nuestro marketing digital y la aceptación de nuestra campaña utilizaremos la siguiente fórmula:

CAC: Gasto total de captación / # de clientes captados.

Para nuestra campaña recibimos 77 me gusta.

Ilustración 17: Apoyo a la campaña



Fuente: Instagram, Blindapp

Ilustración 18: Estadísticas Instagram Blindapp



Fuente: Estadísticas Instagram, Blindapp

CAC: $77 \text{ Me gusta} / 250 \text{ Seguidores} = 0.3$

Con este valor tenemos un 30% de captación a través de nuestros seguidores; seguiremos con la implantación de difusión de nuestra campaña para atraer más persona a nuestra idea de negocio.

8. Estudio Técnico

8.1 Ubicación o localización del proyecto

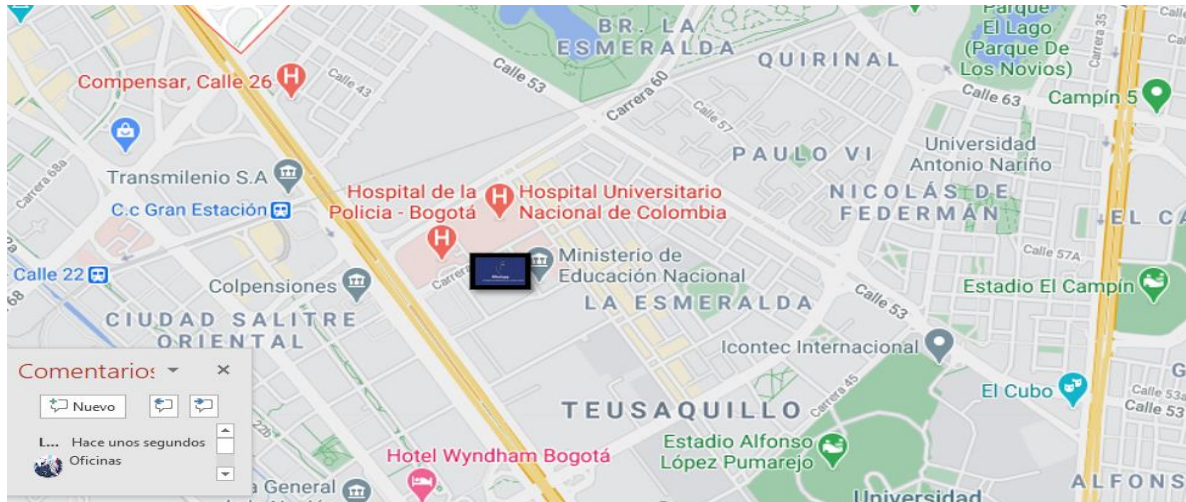
Macro localización

El establecimiento de Blindapp se ubicará en la ciudad de Bogotá en la localidad 10 de Engativá.

Micro localización

El establecimiento de Blinda App se ubicará en el barrio la Esmeralda cerca del hospital de la policía y el hospital universitario nacional de Colombia.

Ilustración 19: Ubicación geográfica Blindapp



Fuente: Google Maps

8.2 Aspectos

Dado a que el sector del barrio la esmeralda se encuentran ubicados varios hospitales se abre la posibilidad de llamar más público que requiera nuestro producto realizar campañas de publicidad.

Es necesario contar con nuestro punto de venta nuestra inversión para esto se hará de la siguiente manera como no contamos con instalaciones propias se pagará un canon mensual de \$2.500.000 al año será una inversión de \$30.000.000.

La ventaja de este espacio es contar con un local comercial y un espacio para nuestras oficinas administrativas.

Tabla 6: Requerimientos de operación

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	REQUISITOS TECNICOS
Infraestructura Adecuaciones	Local comercial	1	\$ 2.500.000,00	Local de dos plantas de 230 mts cuadrados, excelente ubicación, primer planta para sala de ventas y segunda planta ubicada parte administrativa, excelente ubicación debe contar con servicio de agua luz internet.
Maquinaria y equipo	Baston blanco	50	\$ 1.200.000,00	El tamaño del bastón blanco debe llegar a la altura del esternón, la medida varía de acuerdo a la estatura. Hay bastones de 1.05, 1.10, 1.15 y 1.20 metros
	Aparador	1	\$ 1.800.000,00	Una sola estructura de aluminio y cristal de 6mm. -1 Torre 40X40X200cms con 4 entrepaños -1 vitrina exhibidora con espejo -Sistema de luz con 2 focos -Ruedas -Puerta corrediza en la exhibidora -Puerta con



				chapa en la torre -Modulo de cobro -Caja para dinero en el modulo
Equipo de comunicación y computación	Computador	5	\$ 2.300.000,00	Procesador: Intel® Core™ i7 5500U Sistema Operativo: Windows 10 Memoria: 8G Disco Duro: 2TB / USB 3.0 / HDMI Pantalla: 14" HD
	Celular	3	\$ 750.000,00	Sistema operativo: Android 10; MIUI 12 GPS: si Cámara frontal: si Navegador Web: si Bluetooth: si Email: si
Muebles y enseres	Escitorios	5	\$ 1.000.000,00	Estación de trabajo - Superficie en melamina de 18mm - Base tipo H en pintura electrostática - Archivador 2*1 metálico de segunda mano,



				repotenciado en acabado gris - Dimensiones aproximadas: 120*60cm * 70cm de altura
	Sillas	5	\$ 500.000,00	Asiento con un espaldar ergonómico en malla para cuidar tu postura, logrando que siempre estés en posición de 90° y así evitar futuras enfermedades. Asiento en tela y acolchado con rodachines
Gastos operativos	Servicio de Agua luz, Internet	1	\$ 250.000,00	Contra con servicio de energía y acueducto.

Fuente: Elaboración propia de los autores

8.3 Plano

Ilustración 20: Plano Blindapp



Fuente: Elaboración propia de los autores.

9. Estudio Técnico II

Ilustración 21: Fijograma de procesos Blindapp

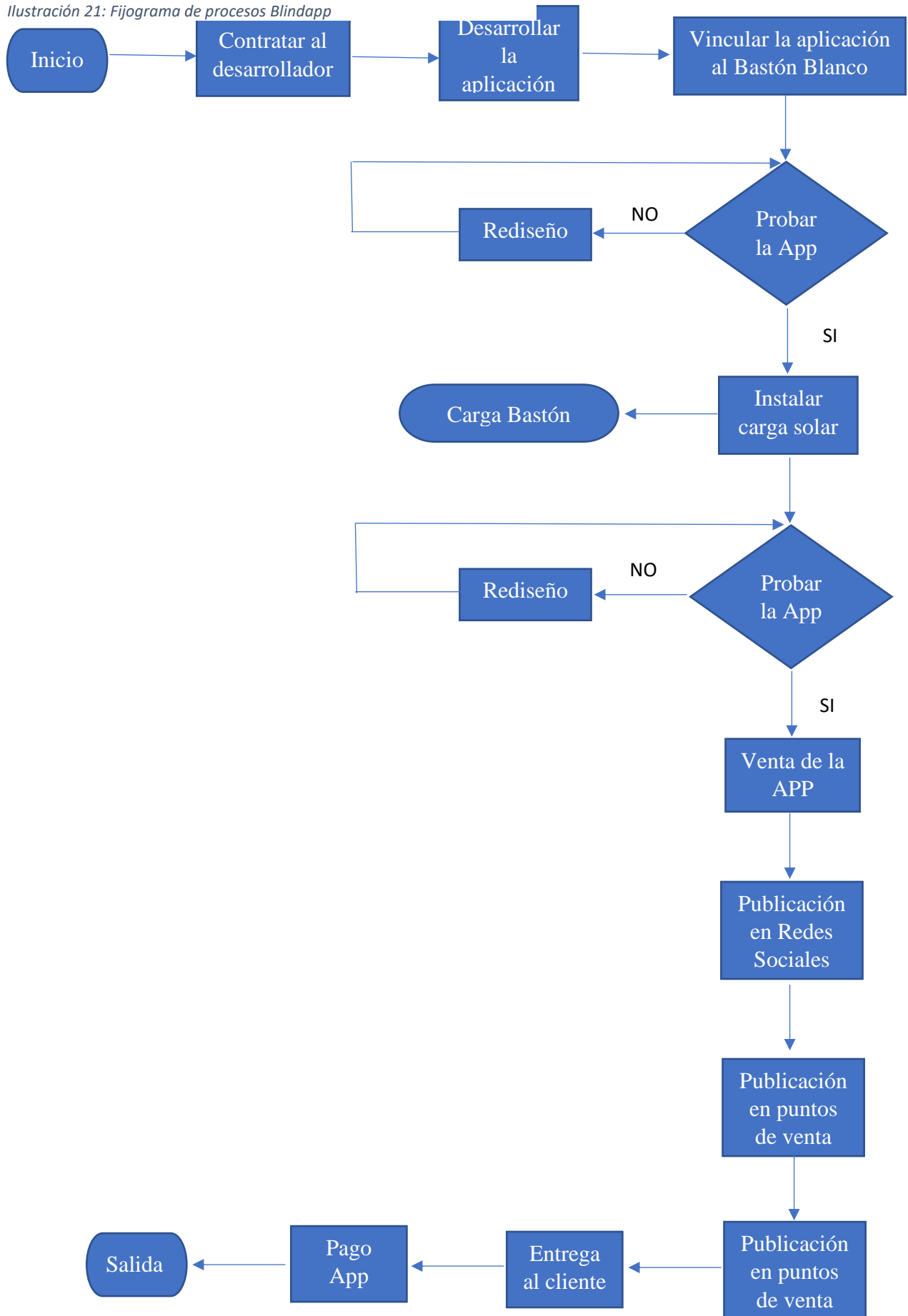


Tabla 7: Insumos requeridos para el producto

Materiales	Cantidad	Precio
Panel Solar	1	\$ 75.000
Batería	1	\$ 80.000
Sistema Braille	1	\$ 125.500
Acople (Braille)	1	\$ 100.000
sensor Ultrasonido	1	\$ 150.000
Placa electrónica	1	\$ 55.000
Pines	18	\$ 230.000
Conector Bluetooth	1	\$ 85.000
Motor Vibrador	2	\$ 90.000
Bastón Sensorial	1	\$ 900.000
Interruptor encendido/apagado	1	\$ 30.000
Audífonos	1	\$ 90.000
Celular	1	\$ 300.000

Fuente: Elaboración propia del autor.

Tabla 8: Capacidad de producción Blindapp

Bien/Servicio: BLINDAPP					
Unidades a Producir: 39					
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos de participación en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan.	Capacidad de productos por maquina (cantidad de producto/unidad de tiempo)
Recibir materia prima	120/2	Cartera, área de compras, Gerencia	1,2,1	Computador, Caja	9 horas* 2 máquinas= 18 18 Horas/3 =6
Diseñar El Bastón Blanco	300/5	Ingeniero, Diseñador, programador, Gerente, Administrador	2,2,3,1,1	Computador, impresoras, Soldadores.	9*3= 27 Horas/maquinas 27/6= 5
Instalar panel solar en el Bastón Blanco	60/1	Ingeniero, programador, Administrador	2,2, 1	Computador, Soldadores	5*4=20 Horas/ maquinas 20/2=10
Instalar la App	60/1	Ingeniero, Programador, Administrador	2,2, 1	Computador, Soldadores	5*4=20 Horas/ maquinas 20/2=10



Blindapp



El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

Conectar App a Bastón Blanco	120/2	Ingeniero	2	Computador	$2*2=4$ Horas/Maquinas $4/2= 2$
Pruebas	120/2	Ingeniero, Programador, Administrador, Gerencia	2,2,1,1	Computador	$6*2=12$ Horas/Maquinas $12/3= 4$
Venta	60/1	Vendedor, Administrador	1,1	Computador, Datafono	$2*2=4$ Horas/Maquinas $4/2= 2$
Total	0		3,1		39

Fuente: Elaboración propia del autor.

10. Estudio técnico III

Ilustración 22: Ficha técnica de producto Blindapp

	BLINDAPP		
	CODIGO 9823	VERSION 01	16/11/2020
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)			
BASTON BLANCO			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Baston Blanco con sistema Bluetooth 2. Vibración cuando quede el 30% de la carga de batería 3. Sensor de proximidad 4. Diametro de 3,5 mm de 120 mts a 130 mts 5. Audifonos variedad de colores 4. Caucho resistente al agua 			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
Baston para desplazamiento seguro			
Página 1			
D. TIPO DE ENVASE			
Baston con Bluetooth y Audifonos, carga solar y USB			
			



Blindapp

El camino con obstáculos no se ve, pero se siente

E. MATERIAL DE ENVASE

Caucho Resistente al agua para proteccion del Audifonos

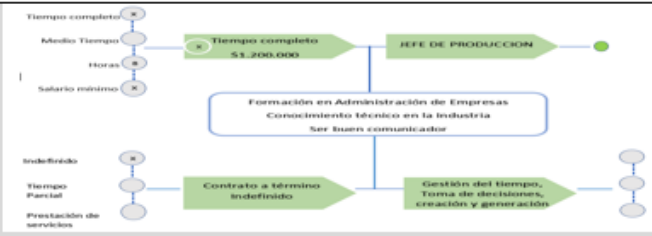


F. CONDICIONES DE CONSERVACION

1. No se acepta devolución por mal uso del Bluetooth. 2. no se debe hacer uso de la fuerza a los Audifonos inalámbricos ya que se dañaran. 3. No dejar mojar la batería ya que no es resistente al agua. 4. manejo de un caucho resistente a prueba de agua, el retiro del mismo acarreará daño definitivo del dispositivo.

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

1. Tiene un gran impacto psicológico en el usuario respecto a la calidad del producto
2. Micrófono incorporado, cable fijo de 1,8 metros de fácil cambio
3. Diametro de parlante de 50 ml.
4. Carga solar y USB, guía de inicio rápido
5. Panel solar, Batería, Sistema Braille, Sensor Ultrasonido, Pines.
6. Elaborado en aluminio inoxidable y reflectivo en la noche

H. VIDA UTIL ESTIMADA	
Entre 5 y 10 años con el cuidado anterior mencionado	
<h1>Página 2</h1>	
I. PORCION RECOMENDADA	
Para todas las edades ya que cuenta con las medidas ajustables	
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO	
	
K. GRUPO POBLACIONAL	
Para todas las edades, facilidad de compra para las personas con discapacidad visual de bajos recursos	
Firma del responsable del producto:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">JEFE DE PRODUCCION</div>
Nombre del Responsable del producto	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">LEIDY DELGADO GARCIA</div>
Firma:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Leidy Delgado Garcia</div>

Página 3

Fuente: Elaboración propia de los autores

Lanzamiento del producto

Ilustración 23: Material de apoyo 1, lanzamiento

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
<p>Ayudar que las personas con discapacidad visual puedan orientarse con facilidad</p>	<p>Cualquier persona que tenga una discapacidad visual</p>	<p>orientacion Con la ayuda del Baston Blanco Blindapp</p>	<p>Realizar un estudio de como se encuentra el estado de la vision del paciente.</p>

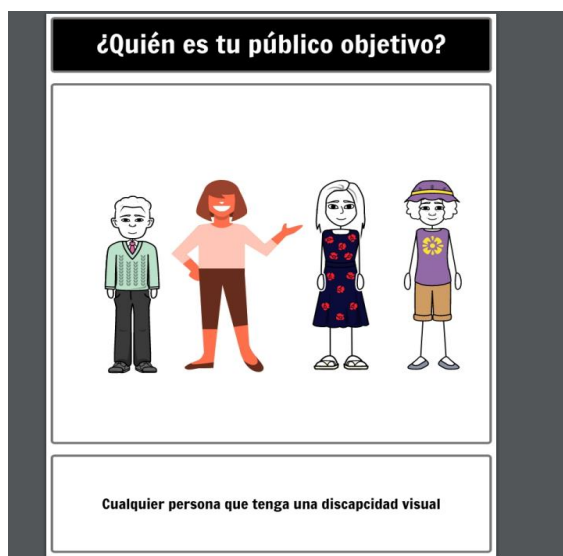
Fuente: Elaboración propia de los autores

Ilustración 24: Material de apoyo 2, lanzamiento



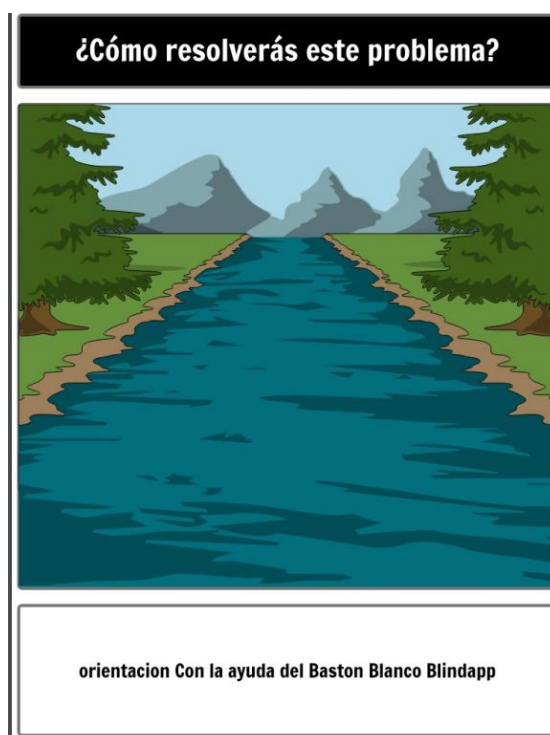
Fuente: Elaboración propia de los autores

Ilustración 25: Material de apoyo 3, lanzamiento



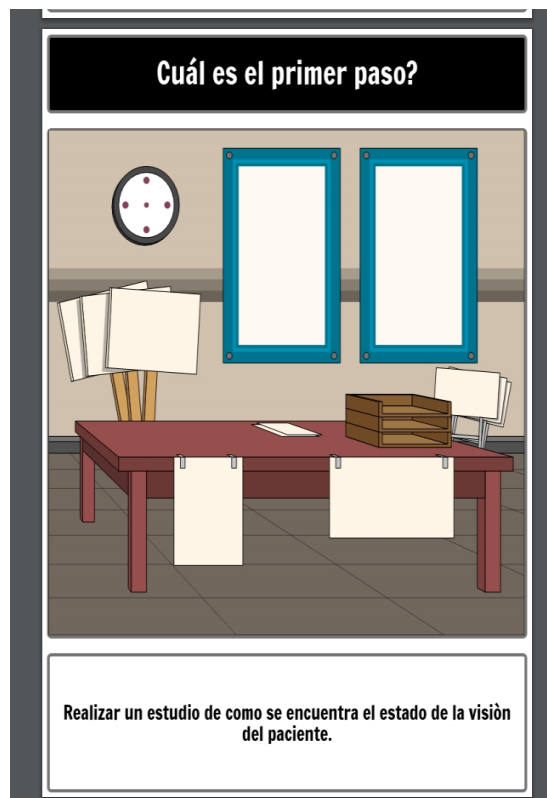
Fuente: Elaboración propia de los autores

Ilustración 26: Material de apoyo 4, lanzamiento



Fuente: Elaboración propia de los autores

Ilustración 27: Material de apoyo5, lanzamiento



Fuente: Elaboración propia de los autores

1. Referencias

ARBELÁEZ, María Paula, *et al.* (Des)articulados y no accesibles. [En línea]. EL ESPECTADOR. (Enero 6,). Disponible en: <https://www.elspectador.com/noticias/bogota/desarticulados-y-no-accesibles/>

asociacion Gulpuzcoana de Deficientes Visuales. La discapacidad visual . [En línea]. Disponible en: <https://www.agielkartea.org/discapacidad-visual/la-discapacidad-visual.html>

Ley 1680 del 20 de Noviembre de 2013. (Noviembre 20,). 2013.

EL TIEMPO. Altavoces de TransMilenio no funcionan y los ciegos están perjudicados. [En línea]. (Julio 02,). Disponible en: <https://www.eltiempo.com/bogota/problemas-para-los-ciegos-en-transmilenio-238498>

Michael E Porter. Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*.

Ministerio de Salud. Análisis de la situación de salud visual de Colombia 2016. 2016. Ministerio de salud y Protección social. Sala situacional de las personas con discapacidad (PCD). 2017.

MON, Fabiana. Las personas ciegas y el uso del bastón. [En línea]. (Junio 29,). Disponible en: https://almeria360.com/principal-opinion/opinion/29062012-las-personas-ciegas-y-el-uso-del-baston_28524.html

OMS. Ceguera y discapacidad visual. [En línea]. (Octubre 11,). Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/blindness-and-visual-impairment>

SOLANILLA, Catherine. Datos que usted no sabía de la población ciega en Bogotá. [En línea]. Conexión Capital. (Diciembre 2,). Disponible en: <https://conexioncapital.co/datos-que-usted-no-sabia-de-la-poblacion-ciega-en-bogota/>

Wikipedia. Bastón blanco. [En línea]. Wikipedia. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Bast%C3%B3n_blanco