



**PLAN DE NEGOCIOS DE UNA TIENDA DE DETALLES EN BRAILLE PARA LA
CIUDAD DE PASTO - NARIÑO.**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

RECTORIA SUROCCIDENTE

TÍTULO DEL PROYECTO DE GRADO

**PLAN DE NEGOCIOS DE UNA TIENDA DE DETALLES EN BRAILLE PARA LA
CIUDAD DE PASTO - NARIÑO.**

AUTOR(S)

**ANA LUCIA ACHICANOY BOTINA.
JESÚS SEBASTIÁN PAREDES ORDOÑEZ.**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SAN JUAN DE PASTO, COLOMBIA

MAYO, 2022

**PLAN DE NEGOCIOS DE UNA TIENDA DE DETALLES EN BRAILLE PARA LA
CIUDAD DE PASTO - NARIÑO.**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

RECTORIA SUROCCIDENTE

PROGRAMA ACADÉMICO

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DEL PROYECTO DE GRADO

**PLAN DE NEGOCIOS DE UNA TIENDA DE DETALLES EN BRAILLE PARA LA
CIUDAD DE PASTO - NARIÑO.**

AUTOR(S)

**ANA LUCIA ACHICANOY BOTINA.
JESÚS SEBASTIÁN PAREDES ORDOÑEZ.**

ASESOR

MARTHA LIDA SOLARTE SOLARTE

DOCENTE DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

SAN JUAN DE PASTO, COLOMBIA

MAYO, 2022



TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	4
Resumen.....	7
Introducción	9
1. Aspectos generales.....	11
1.1. Tema	11
1.2. Planteamiento y descripción de la oportunidad de negocio.....	11
1.3. Justificación de la idea de emprendimiento	11
1.4. Objetivos	12
1.5. Objetivo general.....	12
1.6. Objetivos específicos	12
2. ESTUDIO DEL MERCADO.....	13
2.1. Antecedentes.....	13
2.2. Marco contextual.	14
3. MÓDULO DE MERCADO.....	15
3.1. Tipo y enfoque de investigación.....	15
3.2. Definición de la población: Personas en condición de discapacidad visual de la ciudad de Pasto.....	15
3.3. Tamaño de la Muestra.....	15
3.4. Instrumentos para recolectar información	15
3.5. Análisis del Sector	15
3.6. Análisis del Mercado	19
3.7. Resultados de la investigación de mercados	20
3.8. Identificar el Cliente Real	31
3.9. Propuesta de Valor.....	32
3.10. Competencia	33
3.11. Estrategias de mercadeo:.....	35
3.11.1. Estrategia de Venta	35
3.11.1.1. Concepto de producto o servicio.....	35
3.11.1.2. Estrategia de distribución.....	36
3.11.1.3. Estrategia de precio.....	37

3.11.1.4. Estrategia de promoción	40
3.11.1.5. Estrategia de comunicación	40
3.11.1.6. Estrategia de servicio	40
3.11.1.7. Presupuesto mezcla de mercado	41
3.11.1.8. Estrategia de alianzas comerciales	41
3.12. Proyección de Ventas	42
3.13. Análisis y Sistematización – Resultados	44
4. Módulo de Operación	45
4.1. Ficha Técnica	45
4.2. Descripción del Proceso	48
4.3. Estado de Desarrollo	52
4.3.1. Prototipo y/o evidencias	53
4.4. Plan de Producción	53
4.5. Requerimientos de Inversión	54
4.5.1. Lugar de operación	54
5. Módulo de Organización	56
5.1. Estrategia Organizacional	56
5.3. Organismos de Apoyo	57
5.4. Estructura Organizacional	57
5.6 Costos Administrativos	62
6. Módulo Financiero	63
6.1. Requerimientos de maquinaria, planta y equipo (inversión en activos fijos)	63
6.2. Inversión capital de trabajo	64
6.3. Cronograma de Inversión – fuentes de financiación (propios o terceros)	64
6.4. Proyección de egresos (costos y gastos)	68
Tabla 20	68
<i>Egresos</i>	68
6.5. Plan de Compra	69
6.7. Proyección de Ingresos	70
6.7 Punto de equilibrio	72
6.8 Flujo de Caja	73
6.9 Balance General	75

6.10 Estado de Resultados	77
6.11 Indicadores Financieros TIR y VPN.....	79
7 conclusiones y Recomendaciones.....	80
Referencias.....	81
Referencias Bibliográficas.....	81
Anexos	82
RESUMEN DE emprendimiento.....	87

RESUMEN

1. **Título.** Plan de negocios de una tienda de detalles en braille para la ciudad de Pasto - Nariño.
2. **Autor:** Ana Lucia Achicanoy Botina. Jesús Sebastián Paredes Ordoñez.
3. **Edición.** Corporación Universitaria Minuto de Dios.
4. **Fecha** 22/05/2022
5. **Palabras Claves**

Discapacidad visual: Es una anomalía o dificultad del ojo o los ojos, de sus estructuras que trae como consecuencia una visión menor de la normal y precisa en ocasiones medios de ayuda para la interacción entre las personas que tienen discapacidad visual y su medio circundante.

Braille: Sistema de escritura empleado por personas con discapacidad visual.

Detalle: Asociado a un gesto amable o romántico, un detalle es para dejar constancia de que la ama o estima profundamente.

Comercio electrónico: modelo de negocios basado en transacciones de productos y servicios en medios electrónicos.

6. **Descripción.** Trabajo de grado para optar al título de Administradores de Empresas
7. **Fuentes.:** 5 fuentes bibliográficas.
8. **Contenidos.** El documento inicia con una introducción acerca de la importancia del lenguaje braille, seguido de aspectos generales como el planteamiento del problema, justificación y objetivos, pasando al estudio del mercado, en el que se plantea las estrategias de mercado y aceptación de los productos, entre otros aspectos, posterior la elaboración del proceso técnico, organizacional y financiero.
9. **Metodología.** Descriptiva y explicativa con enfoque mixto.
10. **Conclusiones.** En las conclusiones se confirma la viabilidad y aceptación del producto para personas que poseen un tipo de discapacidad visual, esto es fundamental porque refuerza la idea inicial de promover la inclusión social dentro del mercado pastuso, adicional a esto, la idea de negocio amplia la oferta de productos a este tipo de población, para finalizar se detecta que se



genera una rentabilidad del 15% y una VAN de \$11 millones, superando la inversión inicial.

11. Autor del RAE. Ana Lucia Achicanoy Botina. Jesús Sebastián Paredes Ordoñez.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se observa el proceso de inclusión que la sociedad tiene con las personas en condición de discapacidad visual, convirtiéndose no solo en un compromiso del gobierno al promover la inclusión, sino también de todos los ciudadanos, es esta la razón por la cual, se presenta una idea de negocio, en la que se pretende incluir a la población en condición de discapacidad visual o con capacidades diferentes con detalles de uso diario y personal en braille.

La iniciativa de la idea de negocio a la que se denomina “Mi persona favorita” es una tienda de detalles online, la cual impulsará la producción y comercialización de productos elaborados con mensajes en lenguaje braille, por medio del uso de redes sociales, ofreciendo una mejor experiencia al momento de comprar un detalle. esta tienda online tendrá origen en la ciudad de Pasto del departamento de Nariño.

Para el desarrollo de este plan de negocio, se llevó a cabo un estudio de viabilidad previo del proyecto, el cual permitió conocer a profundidad la idea de negocio siendo una propuesta innovadora, porque genera procesos de empleabilidad para la sociedad, de inclusión para las personas con discapacidad y aportes a la formación académica de próximos trabajos afines.

De igual manera se realizó un estudio técnico y la ingeniería del proyecto con el objetivo de formular y analizar aspectos que tengan relevancia en la producción y comercialización de los productos a ofertar en la tienda de detalles online mi persona favorita, por medio de la aplicación de encuestas por vía telefónica y contando con el apoyo de uno de los integrantes de la asociación club deportivo LIVINAR de Nariño.

Para finalizar este emprendimiento se encuentra clasificado en el sector secundario y terciario, debido a que, dentro de las actividades a realizar esta la comercialización de productos en braille, a su vez para el desarrollo de esta idea de negocio se acogen los siguientes códigos mercantiles, CIU 4791 Comercio al por menor realizado a través de internet, 139 Fabricación de otros productos textiles, 1812 Actividades de servicios relacionados con la impresión.

Palabras clave:

Discapacidad visual: Es una anomalía o dificultad del ojo o los ojos, de sus estructuras que trae como consecuencia una visión menor de la normal y precisa en ocasiones medios de ayuda para la interacción entre las personas que tienen discapacidad visual y su medio circundante.

Braille: Sistema de escritura empleado por personas con discapacidad visual.

Detalle: Asociado a un gesto amable o romántico, un detalle es para dejar constancia de que la ama o estima profundamente.

Comercio electrónico: modelo de negocios basado en transacciones de productos y servicios en medios electrónicos.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. Tema

1.2. Planteamiento y descripción de la oportunidad de negocio

Según la Organización Mundial de la Salud, aproximadamente 1.300 millones de personas en el mundo sufren ceguera o algún tipo de discapacidad visual, generando un llamado de atención de la sociedad internacional, acerca de la necesidad de trabajar para que los derechos de las personas ciegas y con baja visión irreversible sean respetados.

En noviembre del 2018, la Asamblea General de las Naciones Unidas proclamó que, a partir de 2018, cada 4 de enero se deberá celebrar el Día del Braille, para crear mayor conciencia sobre su importancia como medio de comunicación para la plena realización de los derechos humanos de las personas ciegas y con deficiencia visual.

En Colombia, las personas ciegas y con baja visión irreversible son atendidas por el Gobierno Nacional a través del Instituto Nacional para Ciegos INCI, entidad adscrita al Ministerio de Educación Nacional. Dentro de su oferta, destacan cuatro servicios: INCI Radio, biblioteca virtual para ciegos, la Tienda INCI y tutoriales para aprender braille, dirigidos tanto a población ciega como vidente. (*Día Mundial del Braille, 2020*)

Es por ello que la propuesta de negocio mi persona favorita tienda online busca promover el lenguaje braille por medio de la producción y comercialización de productos, los cuales son detalles que brindan un aporte para mejorar el aprendizaje y experiencia de vida de y a las personas en condición de discapacidad visual o limitaciones visuales.

1.3. Justificación de la idea de emprendimiento

El mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, en la actualidad cuenta con tiendas de detalles con un amplio portafolio de productos para todo tipo de clientes, pero en un mercado tan amplio no se cuenta con una tienda que ofrezca productos en braille, o con productos para las personas en estado de discapacidad visual o limitaciones visuales, que promuevan el lenguaje braille. Siendo esta una de las principales razones por las cuales surge la idea de negocio “mi persona favorita” tienda online, la cual se enfoca en la producción y comercialización de productos en braille para personas en estado de discapacidad visual o con limitaciones visuales, buscando satisfacer la necesidad del cliente y ofrecer una gran experiencia.

Este proyecto puede traer como beneficios a la sociedad en aspectos de empleabilidad y construcción social, mediante un proceso de inclusión.

1.4. Objetivos

1.5. Objetivo general

Formular un plan de negocios para el mercado de la ciudad de Pasto con un modelo de negocio dedicado a la producción y comercialización de productos de detalle en braille que promueva la inclusión para personas en condición de discapacidad visual o con limitaciones visuales.

1.6. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado en el que se identifique oferta y demanda para la comercialización de productos.
- Establecer una estructura administrativa, técnica, organizacional y legal que permita determinar el tipo de organización manual de funciones, y demás aspectos que garanticen la eficiencia en el negocio.
- Determinar un plan financiero que permita la rentabilidad de la organización.

2. ESTUDIO DEL MERCADO

2.1. Antecedentes.

Según la investigación de Aristizábal, K. (2019) titulada: “Inclusión laboral y discapacidad: una revisión teórica y una caracterización. Los casos de Santa Marta, Barranquilla y Cartagena”, se afirma que: “Las personas con discapacidades que están trabajando son mínimas y las pocas que si lo están en general son contratadas por tercerización, debido a que son vistas como un generador de costos adicionales, por lo tanto, es necesario crear espacios de integración, adicional a los beneficios que el gobierno da por tener personas con discapacidad en las empresas.”

Según la investigación de Pinto, C. (2016) cuyo título es: “Plan de Marketing para la implementación de un negocio de envío de regalos personalizados para mujeres”. Plantea que en el mercado los negocios online facilitan la adquisición de productos, debido a la comodidad que representa, además agregar opciones de pago web genera una mayor comodidad, tanto para hombres como para mujeres”.

Según el proyecto de emprendimiento de Rodríguez C., Suárez C, Torres Miguel, López Y., Nupan H., (2020); titulado: “Proyecto de emprendimiento social - artesanías de Usme: “emprendiendo por un mañana mejor con empleo digno y amor, por nuestras madres cabeza de hogar”. Se expone que: “Los emprendimientos con enfoque social, generan alternativas para todo tipo de población, en especial para población vulnerable, debido a que genera procesos de inclusión”.

Según el estudio de Bocanegra A., Diaz J, Arias Jhon, Navarro K., (2018), titulado: “Estudio de viabilidad para la creación de un centro recreativo e interactivo para la niñez crin”. Afirman que: “Dentro de este estudio se plantea que los centros especializados de cierta forma discriminan a una población de estratos bajos, en parte por el precio que se debe pagar a los profesionales, por lo tanto, es una ventaja plantear inclusión para poblaciones con menos recursos”.

Según el estudio de viabilidad de Jaramillo J, Martínez M, Rivera B., (2014), titulado: “Estudio de viabilidad para la creación de una empresa comercializadora de tableros útiles para discapacitados de extremidades inferiores en las instituciones educativas públicas de la ciudad de Cali”. Concluyen que: “Finalmente, se logró detectar que, a partir de la ley de inclusión social proclamada por el Gobierno Nacional, las instituciones educativas públicas han tomado

conciencia de la importancia de brindar espacios seguros y adecuados a las personas discapacitadas, con el fin de que éstas tengan un nivel de escolaridad superior y mejoren su calidad de vida”.

2.2. Marco contextual.

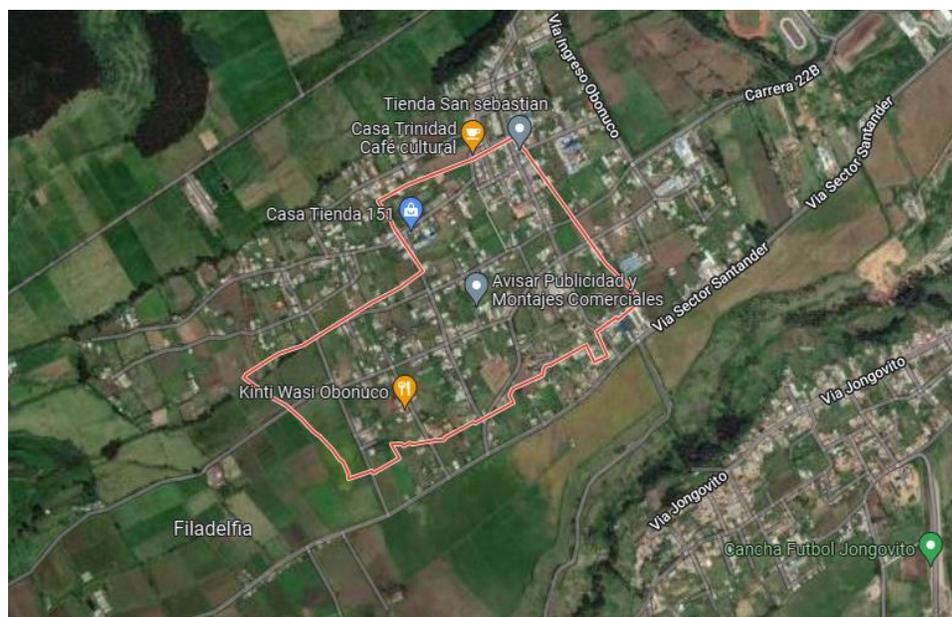
El estudio se realiza en la ciudad de Pasto en el departamento de Nariño, la ciudad denominada ciudad sorpresa por ser rica en historia colonial, esta cuenta con una población para 2020 de 392.589 de habitantes según DANE de las cuales 185.141 son hombres (47,15%) y 207.448 son mujeres (52,84%) y de acuerdo a estadísticas suministradas por el INCI y el Instituto de Salud Departamental de Nariño. sector poblacional, en la ciudad, suman 6.000 personas en condición de discapacidad visual (*Pasto - Nariño - Colombia, s. f.*)

Macro estudio: 6.000 personas en condición de discapacidad visual en la ciudad de Pasto según el INCI y el Instituto de Salud Departamental de Nariño.

Micro estudió: Obonuco, 3116027083 - 3136297774, tienda online.

Figura 1.

Mapa de Obonuco



3. MÓDULO DE MERCADO

3.1. Tipo y enfoque de investigación.

Descriptiva y explicativa con enfoque mixto.

3.2. Definición de la población: Personas en condición de discapacidad visual de la ciudad de Pasto.

Rango de edad: 15- 70 años

De acuerdo a estadísticas suministradas por el INCI y el Instituto de Salud Departamental de Nariño, este sector poblacional alcanza las 6.000 personas en condición de discapacidad visual y limitaciones visuales dentro del municipio de Pasto.

3.3. Tamaño de la Muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra, se realizó un cálculo a través de la técnica de muestreo no probabilístico, dado que la población objetivo es de difícil consecución. En este sentido, se definió la realización de 95 encuestas direccionadas a los miembros de la asociación Livinar con el fin de establecer las tendencias de consumo, los posibles ajustes al producto y sus características, además del nivel de satisfacción.

3.4. Instrumentos para recolectar información

Para la recolección de datos se ha empleado la formulación de una encuesta a la población objetivo, una entrevista formulada a un grupo de experto del tema, además del uso de otras fuentes primarias y secundarias.

3.5. Análisis del Sector

Tabla 1

Matriz PESTEL

Variable PESTEL	Amenazas	Oportunidades
Político		

-Tratados comerciales con otros países.		X
-Conflictos, iniciativas, incentivos o Impuestos.	X	
-Estatutos y/o leyes que regulan el sector.		X
-Políticas de gobierno nacional o municipal que influyen.		X
Económico		
-Tamaño de su industria o sector	X	
-Inflación en el sector.	X	
-Crisis mundial influye en el sector	X	
-Las decisiones de los consumidores de ahorrar influyen en el sector	X	
-Barreras de ingreso en su industria	X	
-Tasa de desempleo	X	
-Escenario para emprender		X
Socio Cultural		
-Cambios en los gustos o en las modas que repercutan en el nivel de consumo.		X

Creencias que hay entorno al sector.	X	
-Nivel educativo.		X
-Tendencias de crecimiento.		X
-Tendencias se esperan en los años venideros.		X
Tecnológico		
-Sistemas o programas tecnológicos se utilizan en este medio.		X
-La aparición de nuevas tecnologías.		X
-Plataformas virtuales para el conocimiento de este sector.		X
-Proyecciones se tienen para el futuro.		X
Nuevas formas de producción y distribución.		X
Ecológico/ Ambiental		
-Restricciones ecológicas para este sector.		X
-Normas sobre empaque, transporte y envasado.		X
-Existen reglas de protección del medio ambiente.		X

-Hay una regla o restricción especial para este sector.		X
- Cambio climático.	X	
Legislación		
-Hay reglamentación especial para este sector o actividad.		X
-Regulaciones gubernamentales, nacionales que se involucran.		X
-Normas de Comercialización que regulan el sector para los productos y/o servicios		X

3.6. Análisis del Mercado

Análisis económico.

La economía del país, departamento y ciudad se encuentra en crisis a razón que desde el año 2020 tras la emergencia sanitaria COVID 19, la economía a nivel mundial recibe un duro golpe, provocando el cierre de grandes, medianas, pequeñas y microempresas del mundo y como consecuencia el aumento del desempleo. Para el 2021, tras la inconformidad del pueblo con el gobierno por la mala administración, se genera un estallido social que afecto momentáneamente el comercio de las diferentes localidades a nivel nacional y regional, para finalizar en el 2022 el aspecto más relevante que marco aún más la crisis, es la guerra en Ucrania, un evento que está incrementando los costos de los insumos para la fabricación y producción, adicional se cuenta con un porcentaje de inflación de 8,5% afectando la capacidad adquisitiva de la población.

Análisis político – legal.

Es una oportunidad para el emprendedor el apoyo que se recibe por medio de las leyes que impulsan su crecimiento como lo son: ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento, La Ley 1834 de 2017 tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, ley 2069 del 2020 por la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia esta es una gran oportunidad para los emprendedores a razón que las leyes anteriormente mencionadas están comprometidas con el desarrollo empresarial del municipio de Pasto.

Análisis tecnológico.

El desarrollo de nuevas tecnologías brinda nuevas oportunidades en las empresas, debido a que estas nuevas herramientas promueven la ampliación y el reconocimiento de las diferentes organizaciones, ya sea por el uso de diferentes redes sociales gratuitas o la creación de páginas con dominio propio y aplicaciones. Las cuales permiten interactuar con el cliente para crear experiencias únicas.

Análisis socio cultural.

Los productos innovadores generan oportunidades en el mercado y nuevas tendencias, es por eso que mi persona favorita tienda de detalles online, pretende ofertar alternativas que

generen impacto y mejorar la experiencia y calidad de vida del mercado objetivo de igual forma se a un mediano una vez legalizada la idea de negocio se generara una fuente de empleo para los habitantes de la ciudad de Pasto siendo esta una oportunidad para todos.

Análisis ambiental.

La tienda de detalles online mi persona favorita busca realizar la implementación de materiales reciclables en la elaboración de productos comprometidos con el medio ambiente por medio de innovadores productos que generen impacto en el mercado competitivo, haciendo así un aporte al entorno ambiental.

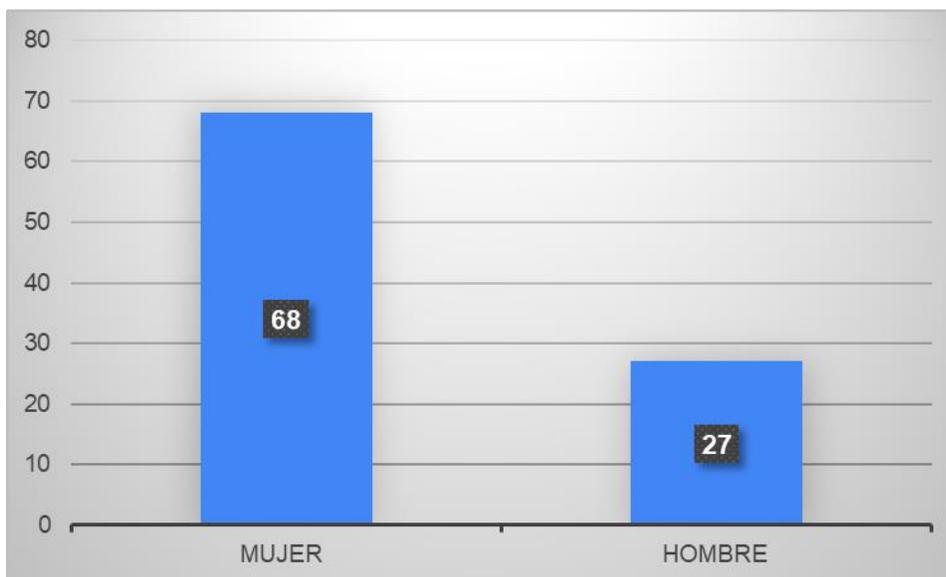
3.7. Resultados de la investigación de mercados

Los resultados recolectados de la encuesta realizada a 95 personas y contando con el apoyo del presidente del club deportivo LIVINAR, refleja la siguiente información:

Genero

Figura 3.

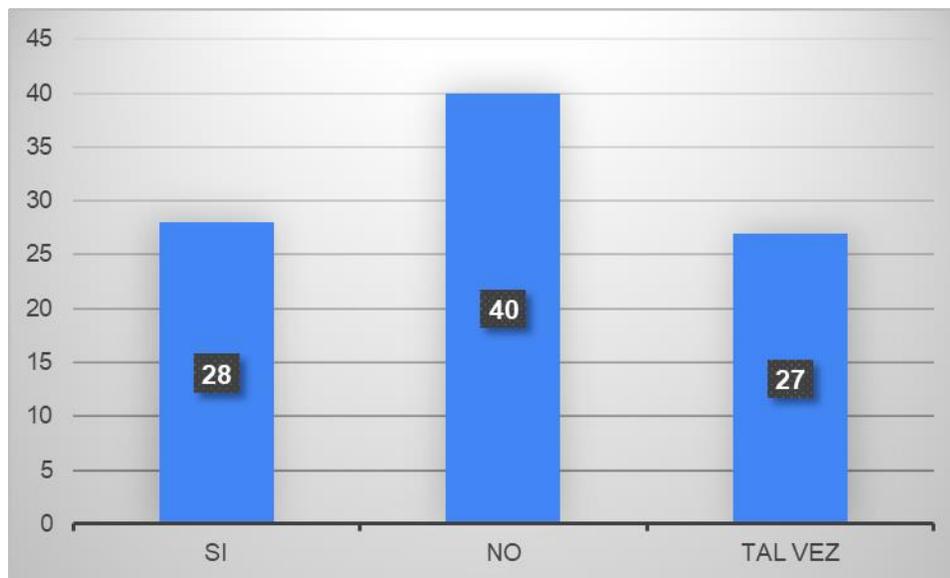
Pregunta 1.



¿Ha adquirido productos decorados con braille?

Figura 4.

Pregunta 2.

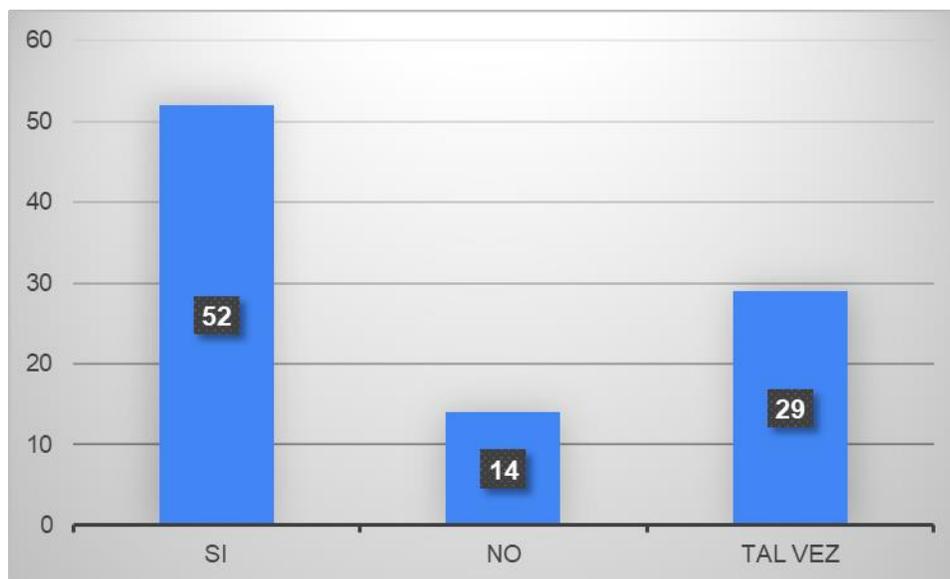


Esto indica que efectivamente no existe un mercado de detalles especializado en braille, por lo tanto, existe una gran oportunidad de ofertar productos en braille.

¿Recomendaría usted nuestros productos a un amigo?

Figura 5.

Pregunta 3.



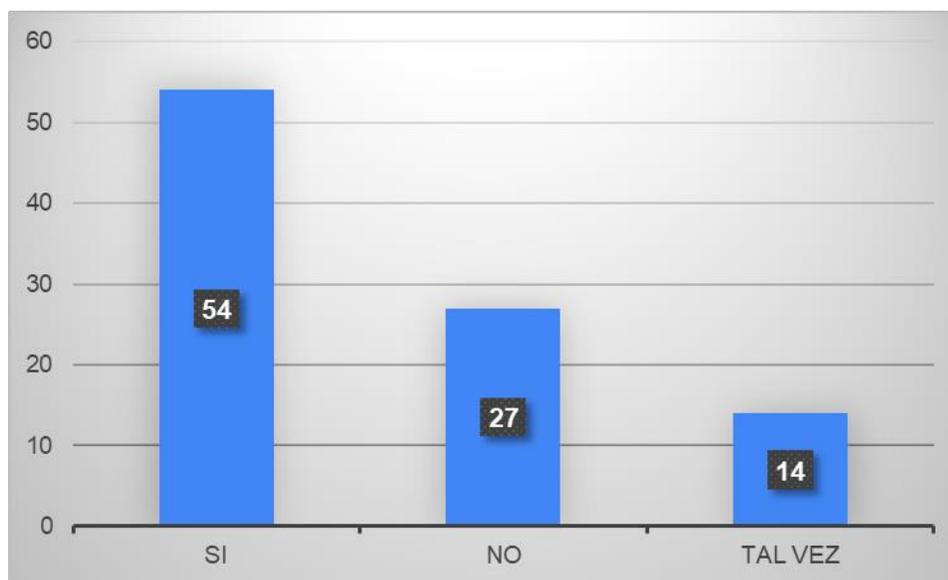
Existe una gran probabilidad de recomendaciones que puedan fomentar las ventas, además

la mayoría de las personas con discapacidad visual se relacionan, ya sea por fundaciones con otras personas en la misma condición, lo cual amplía la oportunidad de desarrollar ventas.

¿Usted ha comprado productos en braille en una tienda en línea?

Figura 6.

Pregunta 4.

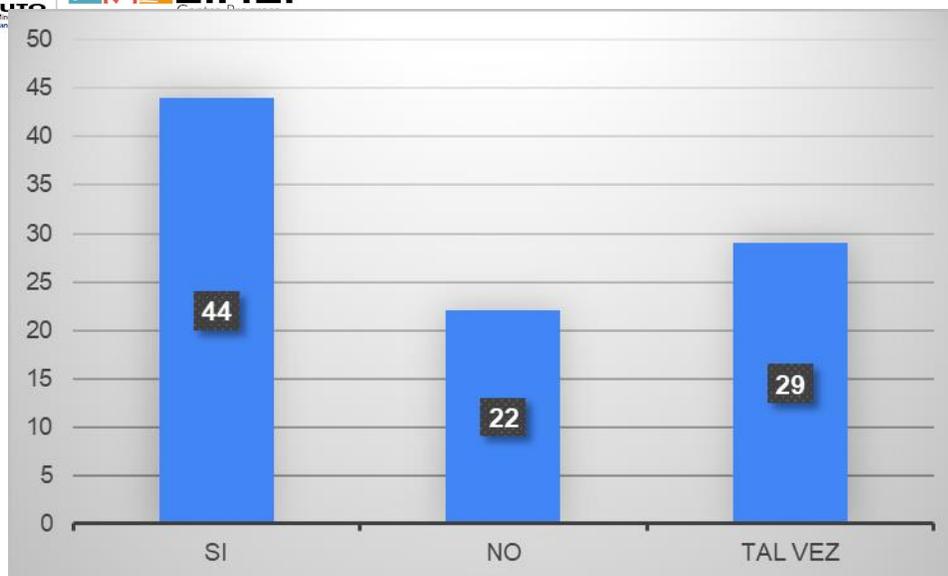


El resultado de esta encuesta y el dialogo con las personas, nos indica que es mucho más fácil comprar productos mediante el uso de plataformas digitales, debido a que en la ciudad no se encuentran tiendas especializadas.

¿El braille mejora el uso de los productos?

Figura 7.

Pregunta 5.

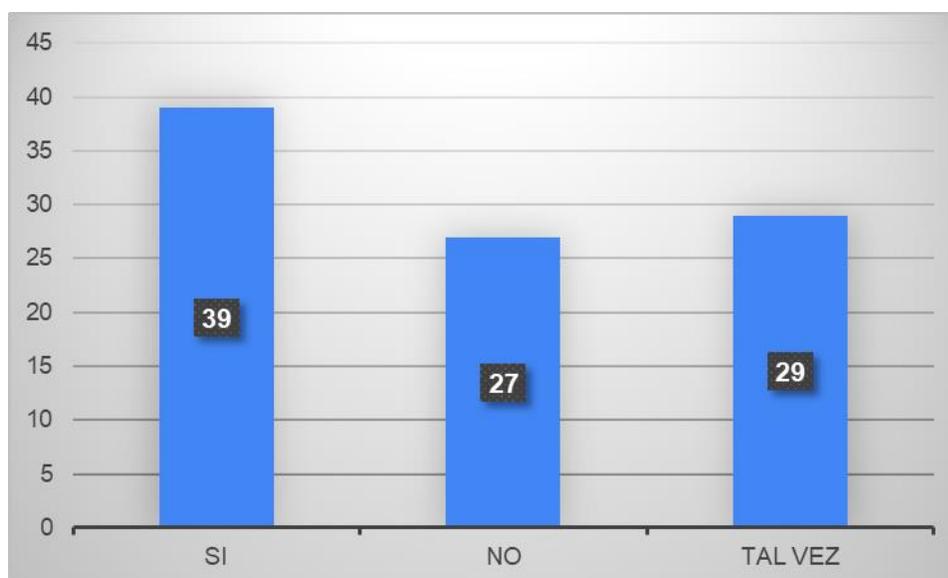


Del consolidado la mayoría opina que, si mejora el uso de productos porque al tener un mensaje, les facilita leer las veces que necesiten ese mensaje, sobre todo recordarles ese bonito gesto de la persona que se los regalo.

¿Para usted es importante regalar o recibir productos con braille?

Figura 8.

Pregunta 6.

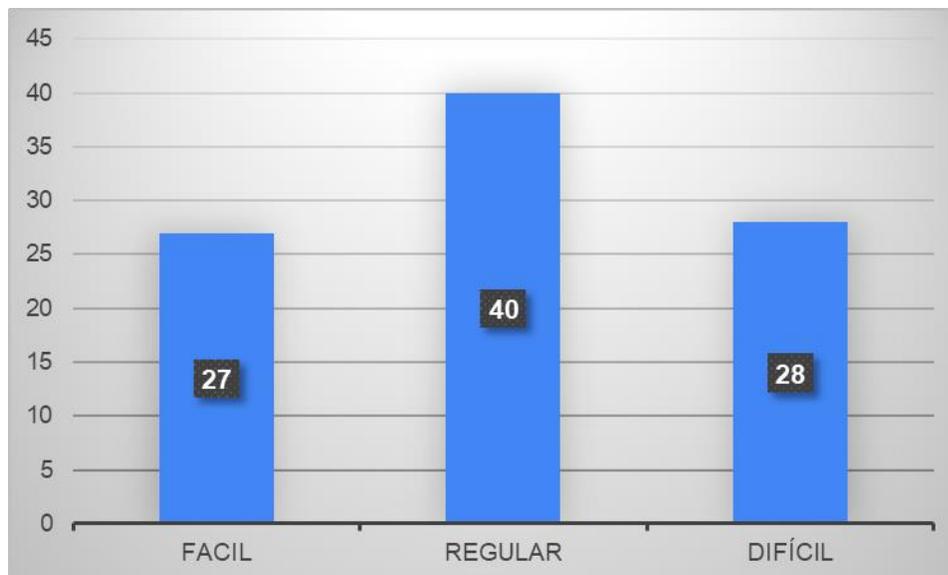


Aquí no es tan fuerte la importancia de recibir o regalar, pero en la mayoría si les parece importante eso, porque son detalles que se sienten.

¿Qué tan fácil es la adquisición de productos en braille en la ciudad de Pasto?

Figura 9.

Pregunta 7.

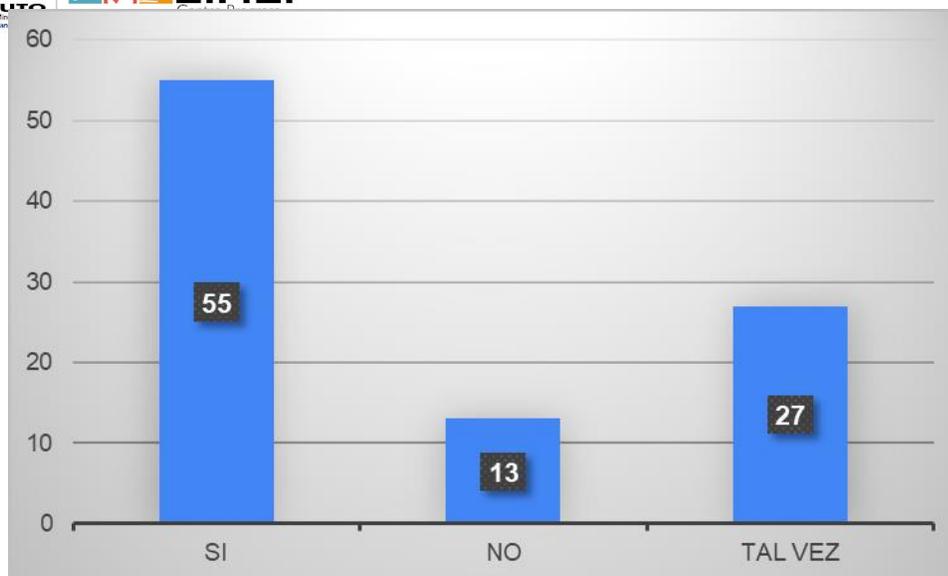


Luego de escuchar a la población, se entiende que debido a la poca oferta de productos en la ciudad se debe recurrir a tiendas generales o artículos por internet.

¿Usted estaría dispuesto a pagar un valor agregado, es decir la adición del braille?

Figura 10.

Pregunta 8.

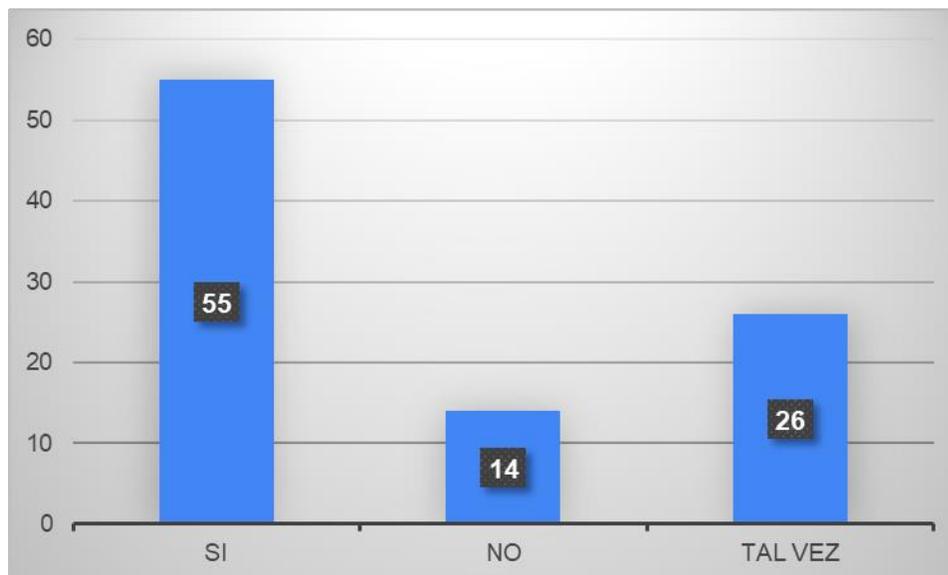


La gran mayoría están dispuestos a pagar por la adición en braille, porque es una forma de hacer sentir querida a la persona favorita, mediante la personalización de este producto o artículo.

¿Nuestros productos a ofertar cumplen con sus expectativas?

Figura 11.

Pregunta 9.

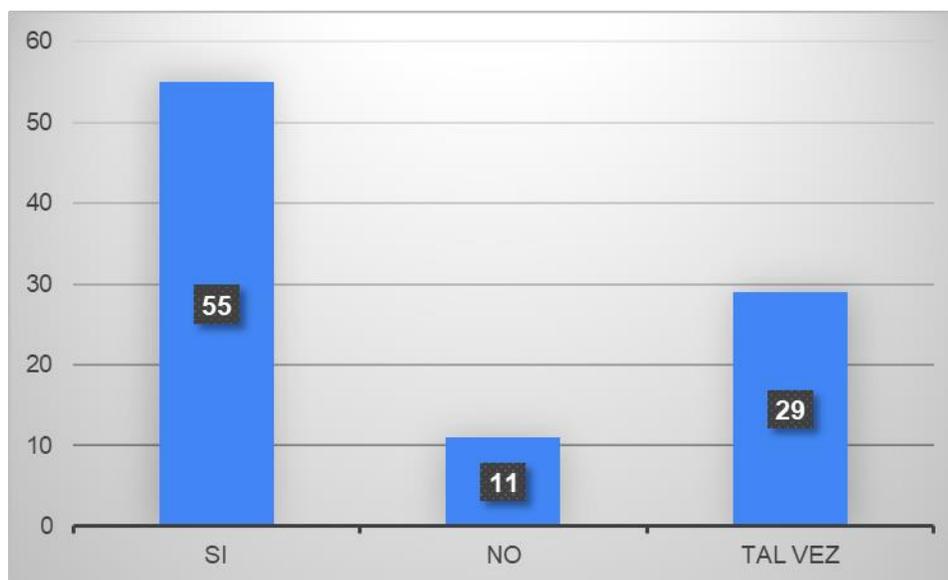


Efectivamente cumplen con las expectativas, gracias a que logra llevar el amor o la intención del regalo con una personalización a las necesidades de las personas con discapacidad visual.

¿Los beneficios que le brindan, son acordes a sus necesidades?

Figura 12.

Pregunta 10.

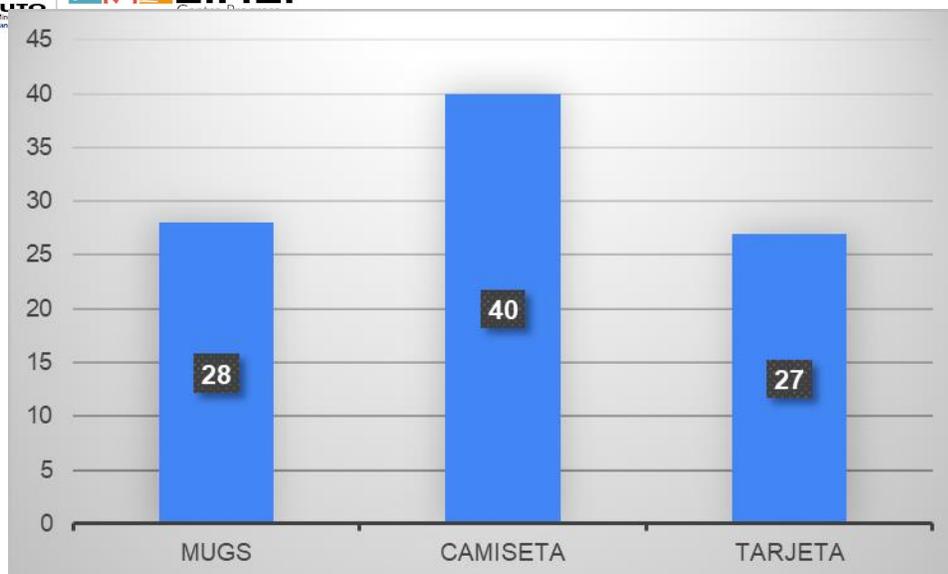


Los beneficios son coherentes, debido a que se plantea poner un mensaje que ellos pueden leer, debido a que está escrito en lenguaje braille.

¿Cuál de estos productos estaría dispuesto a comprar?

Figura 13.

Pregunta 11.



El mercado tiene una preferencia por las camisetas, esto debido a que es un artículo de usos diario, que pueden usar con mayor facilidad o con más frecuencia, además existe la posibilidad de adicionar en braille el color, esto para facilitar la vestimenta de estas personas.

Para complementar y validar la información acerca de los gustos, tendencias, actitudes o deseos, se formuló una entrevista a un grupo de 3 expertos. Estos expertos trabajan en diferentes institutos atendiendo a personas en condición de discapacidad visual, ya sea como psicólogos, terapeutas o pedagógicos en el tema.

Entrevista a Marco Tulio Benavides - rehabilitador de personas en condición de discapacidad visual.

1.¿En qué se basan las personas en condición de discapacidad visual para adquirir un producto?

Según Marco Tulio Benavides responde que: “En la necesidad de darle una utilidad y compartir un detalle con otra persona que comparta la misma discapacidad.”

2.¿Las personas en condición de discapacidad visual tienen poder adquisitivo para poder comprar productos en braille?

Según Marco Tulio Benavides responde que: “Si podría comprar pues como todos los productos del mercado los precios variarían dependiendo de la capacidad de pago del usuario.”

3.¿Espera que los producto ofertados favorezcan la vida de las personas en condición de discapacidad?

Según Marco Tulio Benavides responde que: “Sería muy favorable este producto porque para estas personas sería como si lo estuvieron mirando y poder intervenir con otras personas con la misma discapacidad.”

4.¿Qué productos desearía que se realizaran con lenguaje braille?

Según Marco Tulio Benavides responde que: “Esclavas o pulseras, Camisas, credenciales, dijes, cubos Rubik, juegos de mesa etc.”

5.¿Qué necesidades satisface los productos en braille para las personas en condición de discapacidad visual?

Según Marco Tulio Benavides responde que: “Es mejorar si estado emocional ya que puede ser encontrar un detalle que podría ser para adornar un espacio o para lucir como una prenda de vestir pues él podrá lucir por ejemplo un dije que diga “Paz”.”

6.¿Cuál considera usted el costo a cobrar para los productos Mugs, Camisetas y tarjetas?

Según Marco Tulio Benavides responde que: “Podría estar en un rango de \$15k y \$60k.”

Entrevista a Jhony López - rehabilitador de personas en condición de discapacidad visual. .

1.¿En qué se basan las personas en condición de discapacidad visual para adquirir un producto?

Según Jhony López responde que: “En las fragancias, texturas, material creo, superficies, formas, comodidad.”

2.¿Las personas en condición de discapacidad visual tienen poder adquisitivo para poder comprar productos en braille?

Según Jhony López responde que: “No sabría, pero también necesitan que si les llega un detalle del otro sea en empatía con su situación.”

3.¿Espera que los producto ofertados favorezcan la vida de las personas en condición de discapacidad?

Según Jhony López responde que: “Espero que los productos ofertados obedezcan a cumplir una necesidad desde lo ético y también lo estético. Eso hace parte de un bienestar para todos como población humana e incluyente.”

4.¿Qué productos desearía que se realizaran con lenguaje braille?

Según Jhony López responde que: “Lo relacionado con literatura y conocimientos creo serían prioritarios, cómo también todo lo informativo y de instrucciones de uso...tal vez. Frente al tema de elementos de la farmacéutica, o de la estética y cuidado también.”

5.¿Qué necesidades satisface los productos en braille para las personas en condición de discapacidad visual?

Según Jhony López responde que: “Necesidades de cada vez mejorar en su autonomía y seguridad.”

6.¿Cuál considera usted el costo a cobrar para los productos Mugs, Camisetas y tarjetas?

Según Jhony López responde que: “El segmento de mercado para este tipo de productos, requiere de un estudio de mercado para demarcar los costos supongo. Pero al tiempo se deben tener en cuenta que, con formatos de producción ya establecidos, un mismo proceso productivo puede acondicionarse a los diseños solicitados. Así estos productos se los puede diseñar de manera Artesanal o también industrial. Con un valor diferencial no exagerado, pero sí justo”

Entrevista a Horacio Torres - rehabilitador de personas en condición de discapacidad visual.

1.¿En qué se basan las personas en condición de discapacidad visual para adquirir un producto?

Según Horacio Torres responde que: “Ellos ven el mundo con otros sentido muy desarrollados, por ejemplo, en el olfato, tacto y audición.”

2.¿Las personas en condición de discapacidad visual tienen poder adquisitivo para poder comprar productos en braille?

Según Horacio Torres responde que: “Ellos son capaces de trabajar por su cuenta, por ese aspecto tienen la capacidad de comprar productos.”

3.¿Espera que los productos ofertados favorezcan la vida de las personas en condición de discapacidad?

Según Horacio Torres responde que: “Si, porque es necesario que los productos tengan la calidad suficiente y el compromiso de parte de la tienda.”

4.¿Qué productos desearía que se realizaran con lenguaje braille?

Según Horacio Torres responde que: “Juegos lúdicos, relojes, libros y otros accesorios de uso diario.”

5.¿Qué necesidades satisface los productos en braille para las personas en condición de discapacidad visual?

Según Horacio Torres responde que: “Lo principal, estos productos ayudan al desarrollo e identificación personal de la persona, que vean que la condición no es algo malo, solo los hace diferentes como todo el mundo lo es.”

6.¿Cuál considera usted el costo a cobrar para los productos Mugs, Camisetas y tarjetas?

Según Horacio Torres responde que: “ Que no cambie mucho de los productos sin braille, se tiene en cuenta que lo especial de estos productos es el lenguaje braille, por lo que los precios actuales son acordes.”

Análisis de las entrevistas.

Tras la aplicación de la entrevista a rehabilitadores expertos a personas en condición de

discapacidad visual y limitaciones visuales, se puede determinar que los productos a ofertar generan impacto por medio de la tendencia del consumo que estos generaran en el mercado competitivo a razón de que la población de selección identifica los productos como favorables para las personas en condición de discapacidad visual.

3.8. Identificar el Cliente Real

Geográficas: Personas en condición personas en condición de discapacidad con limitaciones visuales del departamento de Nariño, municipio de Pasto.

Demográficas: Rango de edad: 15- 70 años

De acuerdo a estadísticas suministradas por el INCI y el Instituto de Salud Departamental de Nariño. sector poblacional, en la ciudad Pasto, suman 6.000 personas en condición de discapacidad visual

Actitudinales

Mi persona favorita tienda de detalles online pretende ofertar detalles en los cuales se promueva el lenguaje braille tanto para personas no videntes como videntes buscando mejorar su experiencia al momento de recibir un detalle

Las variables conductuales

Siendo mi persona favorita una tienda de detalles en braille online busca promover la comercialización de productos en fechas especiales como aniversarios, cumpleaños, día de la madre, padre, mes de amor y amistad, navidad o cualquier tipo de ocasión que se desee festejar con un detalle especial.

Aspiraciones

Mi persona favorita tienda de detalles online busca mejorar la experiencia de las personas con discapacidad visual o con limitaciones visuales es por ellos que dentro del modelo de negocio propuesto se promueve el lenguaje braille por medio de detalles.

Consumidor o Usuario

- Personas en condición de discapacidad visual.
- Personas con limitaciones visuales.
- Personas interesadas en adquirir detalles diferentes para sus personitas especiales.

Figura 15.

Fotografía de la población objetivo.



3.9. Propuesta de Valor

La idea de negocio “mi persona favorita” tienda online tiene como propuesta de valor la comercialización de productos de detalle elaborados con el uso de diferentes materias primas y la aplicación del lenguaje braille, debido a que el mercado objetivo se compone de personas en estado de discapacidad visual o con limitaciones visuales, a quienes se les ofertara productos los cuales más que un detalle tienen como objetivo promover el lenguaje braille tanto para la población dirigida como para la sociedad en general, entregando así una propuesta diferente por medio de productos de detalles los cuales promueven la enseñanza de este lenguaje entregando una mejor experiencia y mejorando la condición de vida con atractivos e innovadores productos siendo estos un aporte para estas personas.

3.10. Competencia

1-Mafego comercializadora de material didáctico, 2-Didácticos jerónimo, 3-Dipa didácticos terapéuticos

Tabla 2.

Matriz análisis de competidores.

Factores de éxito	Aspecto Seleccionado	Competidor Mafego		Competidor Ddidácticos jerónimo		Competidor: Dipa didácticos terapéuticos		Impacto	
								O	A
Producto/ Servicio	Características	2	0,16	3	0,24	2	0,16		x
	Calidad	4	0,28	2	0,14	2	0,14	x	
	Portafolio	4	0,40	3	0,3	1	0,1		x
	Garantías	3	0,30	1	0,1	3	0,3	x	
Precio	Formas de pago	1	0,10	1	0,1	1	1	x	
	Tiempos de pago	1	0,08	1	0,08	1	0,08		x
	Descuentos	3	0,21	1	0,07	1	0,07	x	
Distribución	Ubicación	4	0,40	1	0,1	2	0,2	x	
	Cobertura	3	0,18	1	0,06	1	0,06	x	
	Fuerza de ventas	2	0,14	2	0,14	2	0,14		x
Comunicación	Publicidad	2	0,14	2	0,14	2	0,14		x
	Estrategias web	1	0,05	2	0,1	1	0,05	x	

	Eventos	1	0,05	1	0,05	1	0,05	x	
Total			2,49		1,62		2,49		

- **Rivalidad entre las empresas:** Mi persona favorita no tiene una rivalidad fuerte con sus competidores, esto se debe a que oferta productos exclusivos en lenguaje braille dedicado a un segmento de mercado objetivo como lo son personas en condición de discapacidad visual o con limitaciones visuales en la ciudad de Pasto.
- **Poder de negociación de los clientes:** la tienda online de detalles Mi persona favorita, pese a que tiene el poder sobre los clientes, debido a que no se encuentra otra tienda de este tipo. Se encuentra comprometida con la población a quien dirige la idea de negocio, evaluando costos, buscando ofertar productos innovadores a precios asequibles y que a su vez se encuentren al margen con el mercado competitivo.
- **Poder de negociación de los proveedores:** la tienda de detalles online mi persona favorita encuentra que, si los proveedores venden a un mejor precio, esto se convierte en una ventaja ya que mejoraría la rentabilidad de la idea de negocio.
- **Amenaza de los nuevos competidores entrantes:** la amenaza con la que cuenta la tienda de detalles online mi persona favorita, es media a razón que la competencia son las tiendas de material didáctico por el manejo del lenguaje braille, pero estos productos no cuentan con las características de los productos propuestos.
- **Amenaza de productos sustitutos:** la amenaza de productos sustitutos es baja, ya que como se había mencionado anteriormente, no se cuenta con tiendas que oferten productos en braille.

3.11. Estrategias de mercadeo:

3.11.1. Estrategia de Venta

3.11.1.1. Concepto de producto o servicio

Marca: Mi persona favorita.

Eslogan: Detalles con amor.

Logo:



Diseño:

Diseño del producto o características del servicio.

Los diseños del producto son elaborados por medio de plantillas braille, los cuales harán de cada detalle un producto novedoso, ya que estos tendrán un mensaje en lenguaje braille en sus diferentes presentaciones.

Funciones o beneficios: productos de detalles elaborados en lenguaje braille.

Usos o aplicaciones: productos de detalles de enseñanza u/o educativos.

Transporte, empaque, embalaje: bolsas de papel reciclable con logo, en diferentes dimensiones (grande, mediana, pequeña), entrega puerta a puerta con pago contra entrega.

Descripción de la plataforma: se trabaja por medio de las plataformas de redes sociales con portafolio de productos y contactos de la empresa.

3.11.1.2. Estrategia de distribución

Distribución Offline.

Tienda propia.

A mediano plazo se busca implementar una tienda física con buena localización que permita brindar atención presencial.

Distribución Online.

Se realizará por la oferta invasiva de publicidad en redes sociales con catálogos virtuales

realizando publicaciones masivas e invasivas en plataformas de redes gratuitas con información publicitaria.

Aprovisionamiento:

Adquisición de materias primas: después de realizar una minuciosa cotización con proveedores de la localidad se realiza la compra de materiales, según las cantidades establecidas por producto las cuales serán entregadas al jefe de producción quien con el respectivos patrones y cantidades de material para entregar al operario encargado de la producción.

Producción: una vez se recibe las materias primas y patrones a seguir por cada producto se procede hacer la respectiva elaboración cargo del operario.

Entrega de producto terminado: cuando el producto es terminado se procede hacer el respectivo embalaje de cada producto y entrega al jefe de producción.

Transporte: moto y vehículo domiciliario.

Inventarios: inventario sistematizado Excel.

Proceso de pedidos: se llevará a cabo por medio de llamadas telefónicas o mensajes de texto donde se recolecta información como son datos personales nombres ya apellidos número de residencia, de contacto para brindar información y confirmación de la compra.

Formas de pago: pagos contra entrega y plataformas virtuales (Efecty, nequi).

3.11.1.3. Estrategia de precio

1. **Precio de la competencia:** se puede deducir que los precios que maneja el mercado competitivo son muy favorables para el cliente, a razón que encuentra gran variedad en productos y precios. Para la tienda de detalles online mi persona favorita esto es un amenaza, pero la podemos contrarrestar por medio de la innovación de detalles con lenguaje braille los cuales serán auténticos de la tienda generando un valor al producto y claro está trabajando con precios competitivos pensado en el bendijo del cliente.
2. **Precio que está dispuesto a pagar el cliente:** el cliente se encuentra dispuesto a pagar precios que se encuentren al margen del mercado competitivo, es por ello que, partiendo

del estudio de viabilidad, se ofrece un precio en equilibrio a la demanda del cliente como a las necesidades del negocio “mi persona favorita”.

Desarrollo de mercado.

- **Desarrollo de producto.** Se evalúa la viabilidad de detalles para personas en estado de discapacidad visual.

Costo y precio de venta

- **Costo** para encontrar un punto de equilibrio y un precio de venta competitivo la tienda detalles online “persona favorita” realiza un análisis de costos, sobre cuánto le cuesta elaborar cada detalle, gastos de cuánto cuesta producir y comercializar los productos ofertados.

Tabla 3.

Tabla de precios de Mugs en Braille

Producto No.1	Producto No.1 Mugs en braille			
Materias primas o proceso	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad x unidad	Total costo unit.
Mugs en blanco 11 oz	Unds	\$3.500	1	\$3.500
vitraplom x 65 ml	ml	\$216	1	\$216
pegante super pega x 60 ml (\$9000)	ml	\$150	3	\$450
fomi \$1800	und	\$225	1	\$225
Laca Aerosol Fijador Transparente Para Manualidades x 400 ml	ml	\$2.160	1	\$2.160
plantilla de braille	und	\$1.500	1	\$1.500
mano de obra	hora	\$3.785	1	\$3.785
Caja Para Mugs 11oz Cartón	onz	\$850	1	\$850

impresión de marquilla	hoja	\$17	1	\$17
marquilla nombre de la empresa	1/28 hoja	\$13	1	\$13
cinta decorativa 1 rollo de 100 mts	mts	\$1.500	1	\$1.500
TOTAL, costo Unitario del producto o servicio N1				\$14.216
Precio de venta del producto o servicio N1				\$20.000

Tabla 4.

Tabla de precio de camisetas en Braille.

Producto No.2	Producto No.2 Camiseta			
MATERIAS PRIMAS o PROCESO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
camiseta de lisas de color	und	\$6.000	1	6.000
botones de colores	und	\$100	50	5000
silicona liquida x 250ml (14500)	ml	\$58	4	232
plantilla de braille impresa	und	\$500	1	500
mano de obra	horas	\$3.785	1	3.785
impresión de marquilla	hoja	\$17	1	17
marquilla nombre de la empresa	hoja	\$13	1	13
bolsa en papel Kraft	und	\$583	1	583
TOTAL, costo Unitario del producto o servicio N1				\$16.130
Precio de venta del producto o servicio N1				\$30.000

Tabla 5.

Tabla de precio de tarjeta en Braille.

Producto No.3	Producto No.3 Tarjetas			
MATERIAS PRIMAS o PROCESO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
propalcote	hoja	\$366,00	1	366
impresión a colores	hoja	\$600,00	1	600
mano de obra	horas	\$3.785,00	1	3785
sobre de manila 1/2 carta	sobre	\$825,00	1	825
TOTAL, costo Unitario del producto o servicio N1				\$5.576
Precio de venta del producto o servicio N1				\$12.000

3.11.1.4. Estrategia de promoción

- Tarjeta de fidelización de clientes.
- Por cada cliente que lleve a la tienda se otorga un bono redimible en otra compra.
- Por compras superiores a \$50.000 se obsequia detalle sorpresa(botones coleccionables)
- En días especiales se realizará sorteo a clientes fidelizados
- En semana se trabajará horas locas de descuentos
- Se implantará madrugones y trasnochones paga uno lleva dos.

3.11.1.5. Estrategia de comunicación

Canales Offline.

Cuñas publicitarias en emisoras reconocidas.

Canales Online. Publicidad invasiva en redes sociales.

- Instagram.
- Facebook.
- WhatsApp.
- YouTube.

3.11.1.6. Estrategia de servicio

Se va a llamar a las personas que han comprado, con la finalidad de conocer si el producto llego en buen estado y conocer la opinión del cliente sobre el producto, también se va a

aguardar las fechas de cumpleaños de los clientes, con la finalidad de ofrecer los productos y felicitar a los clientes.

3.11.1.7. Presupuesto mezcla de mercado

Debido a que la mayoría de las estrategias se enfocan en la penetración del mercado mediante publicidad, se estima que va a requerir entre \$100.000 y \$300.000 pesos mensuales.

3.11.1.8. Estrategia de alianzas comerciales

Mercado libre, Facebook Marketplace, Institutos de atención a personas con discapacidad visual, colegios privados y públicos, universidades, tiendas de detalles, empresas de envíos.

3.12. Proyección de Ventas

Tabla 6.

Proyección de ventas.

PROYECCION DE INGRESOS						
Cantidad Unidades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Mugs	20	50	70	80	100	100
Camisetas	20	50	70	80	100	100
Tarjetas	20	50	70	80	100	100
Total	60	150	210	240	300	300
Precio Unidades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Mugs	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Camisetas	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Tarjetas	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Total	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Mugs	400.000	1.000.000	1.400.000	1.600.000	2.000.000	2.000.000
Camisetas	600.000	1.500.000	2.100.000	2.400.000	3.000.000	3.000.000
Tarjetas	240.000	600.000	840.000	960.000	1.200.000	1.200.000
Total	1.240.000	3.100.000	4.340.000	4.960.000	6.200.000	6.200.000

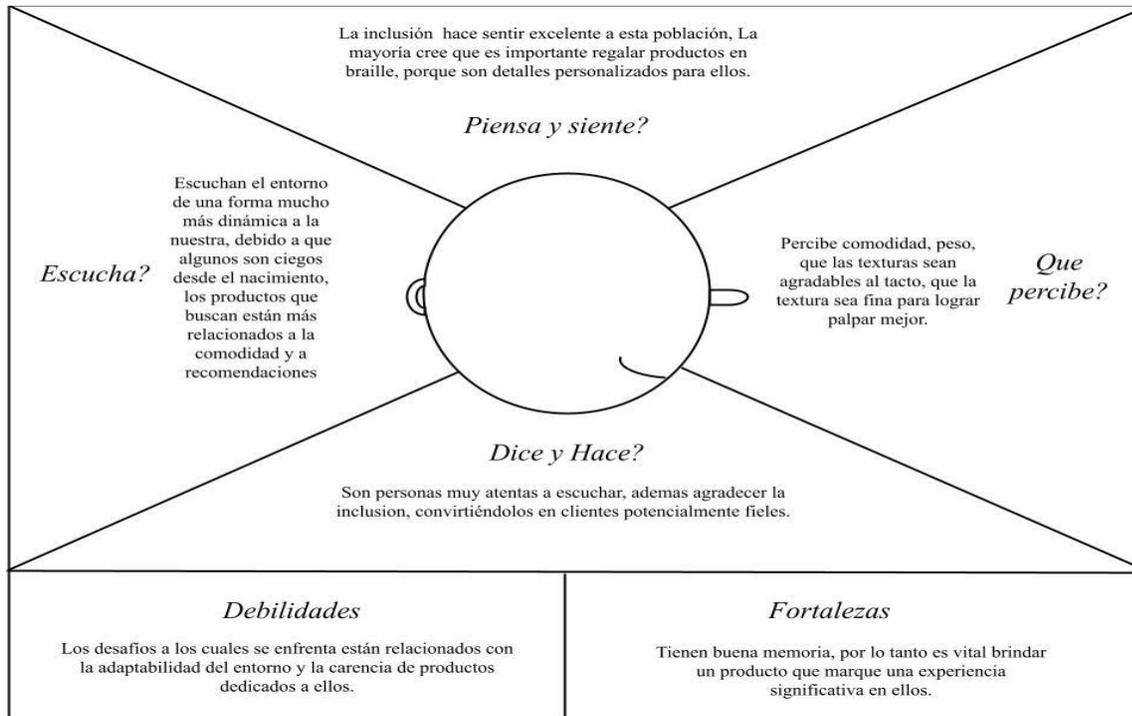
PROYECCION DE INGRESOS

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
100	100	120	120	120	120	1.100
100	100	120	120	120	120	1.100
100	100	120	120	120	120	1.100
300	300	360	360	360	360	3.300
Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Precio promedio
20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
2.000.000	2.000.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	22.000.000
3.000.000	3.000.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	33.000.000
1.200.000	1.200.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000	13.200.000
6.200.000	6.200.000	7.440.000	7.440.000	7.440.000	7.440.000	68.200.000

3.13. Análisis y Sistematización – Resultados

Figura 16.

Mapa de empatía.



Fuente: elaboración propia.

4. MÓDULO DE OPERACIÓN

4.1. Ficha Técnica.

La tienda de detalles mi persona favorita dará inicio con una primera línea la cual se denominará expresión la cual contará con 3 productos.

Tabla 7.

Ficha técnica Mugs.

Producto Mugs en braille	Producto: comercialización de producto con marcaje en lenguaje braille el cual se realiza con el uso de diferentes materiales como son vitraplom, acrílex, spray laca barniz, papel, cartón, cinta decorativa.
Sector productivo	Empresas del Sector secundario y terciario: las actividades a realizar son la implementación de productos ya fabricados con marcaje en lenguaje braille.
Nombre comercial	Vaso push . Se denomina push, debido a que por medio de un producto de uso diario se entrega un mensaje al consumidor con marcaje en lenguaje braille, con el cual se pretende estimular el sentido del tacto, mejorando así la experiencia al momento de recibir un detalle para las personas en condición de discapacidad visual y por qué no promover este lenguaje para las personas videntes, invitando a ser parte de la responsabilidad social y en compromiso con las personas de inclusión.
Unidad de medida del producto	UND : OZ Mugs de 11 oz con mensajes en lenguaje braille.
Medida del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de suso tangible exclusivos con marcaje en lenguaje braille. • Calidad en el producto y durabilidad. • Se pretende satisfacer las necesidades del cliente e impulsar la técnica del lenguaje braille.

Descripción general	El producto se comercializará para un mercado objetivo como son las personas en condición de discapacidad visual o limitaciones visuales, promoviendo así el lenguaje braille por medio de un producto de uso diario.
Condiciones especiales	Manipulación e indicaciones de lavado del producto y para tener mayor durabilidad con manual de recomendaciones por producto.
Composición	80% en materias primas prefabricadas y 5% en plantillas braille 15% en materiales adicionales para decoración.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 8.

Ficha técnica de camisetas.

Camiseta en braille	Producto: comercialización de producto ya elaborado (Camiseta) con marcaje en lenguaje braille por medio de técnica de pegado de botones de forma manual, con el uso de plantillas de braille.
Sector productivo	Empresas del Sector secundario y terciario: las actividades a realizar son la implementación de un producto ya elaborado y el marcaje con plantillas de braille.
Nombre comercial	Camiseta point. producto de nominado point a razón de que los puntos son la esencia que da un valor adicional al producto, ya que por medio de estos se entrega un mensaje al consumidor por medio del marcaje en lenguaje braille generando así una mejor experiencia.
Unidad de medida del producto	UND Tallas S, M, L, XL
Medida del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización de producto ya elaborado con marcaje en lenguaje braille. • Entrega oportuna de productos.

	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción del cliente por una entregar una mejor experiencia.
Descripción general	El producto a comercializar se realiza mediante la técnica de bordado con hilos de diferentes colores con la implementación del uso de plantillas de lenguaje braille, por medio de un producto de usos diario.
Condiciones especiales	Manipulación de productos y cuidados a tener para mayor durabilidad con manual de recomendaciones del producto en el lavado y secado.
Composición	80% en materias primas prefabricadas y 5% en plantillas braille 15% en materiales adicionales para decoración.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 9.

Ficha técnica de tarjetas.

Tarjeta en braille	Producto: comercialización de producto elaborado por medio de plantillas de braille en propalcote.
Sector productivo	Empresas del Sector secundario y terciario: ya que las actividades a realizar son tarjetas con mensajes en lenguaje braille las cuales serán comercializadas.
Nombre comercial	Tarjetas touch. Producto elaborado con marcaje en lenguaje braille, con coloridos diseños y textos visibles para personas vidente y no videntes con los cuales se busca promover el lenguaje braille, comprometidos con la responsabilidad social y las personas de inclusión.
Unidad de medida del producto	UND Medias de 6.5x10.5

Medida del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización de productos con bordados en lenguaje braille. • Entrega de productos oportuna. • Nivel de satisfacción del cliente.
Descripción general	El producto a comercializar se realiza mediante la técnica del uso de plantillas de lenguaje braille, para entregar así un mensaje a tu persona favorita.
Condiciones especiales	Manipulación de productos y cuidados a tener para mayor durabilidad con manual de recomendaciones del producto.
Composición	80% en materias primas prefabricadas y 15% en plantillas braille 5% en materiales adicionales para decoración.

Fuente: elaboración propia

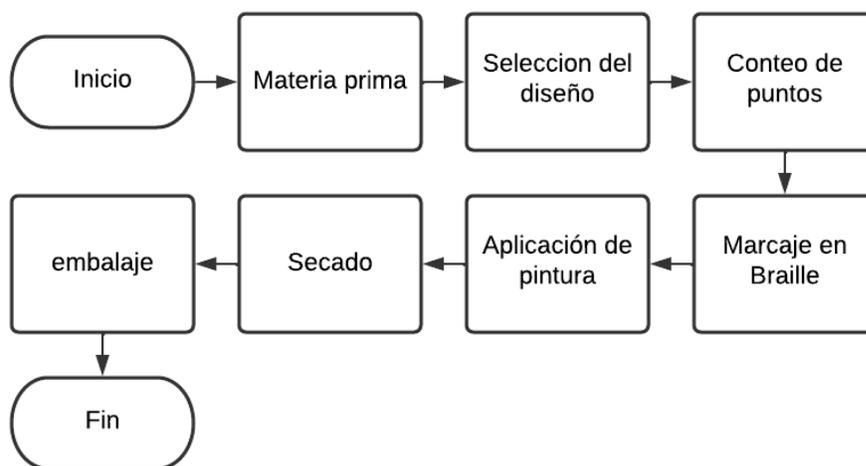
4.2. Descripción del Proceso

Proceso de producción de mugs en braille

1 persona / 40 minutos en fabricar.

Figura 17.

Mapa de producción de mugs.



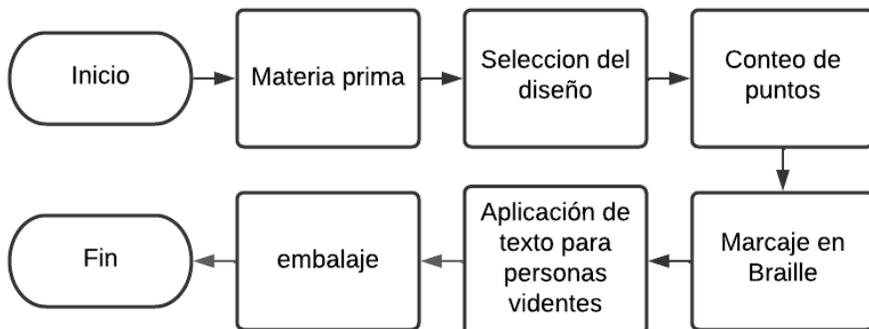
Fuente: elaboración propia

Proceso de producción de tarjetas en braille

1 persona / 20 minutos en fabricar.

Figura 18.

Mapa de producción de tarjetas.



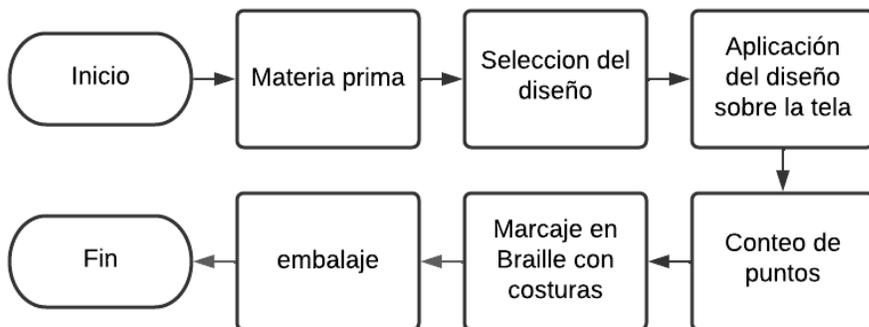
Fuente: elaboración propia

Proceso de producción de camisetas en braille

1 persona / 60 minutos en fabricar.

Figura 19.

Mapa de producción de camisetas.

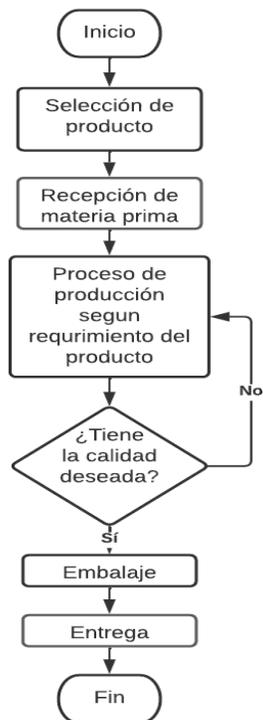


Fuente: elaboración propia

Proceso de producción

Figura 20.

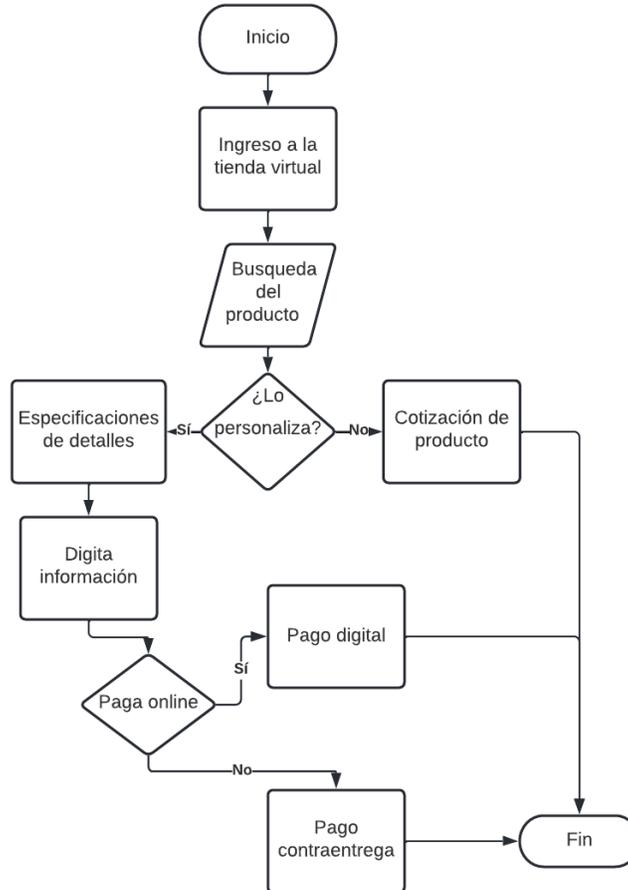
Proceso de producción.



Fuente: elaboración propia

Figura 21.

Proceso de compra.



Fuente: elaboración propia

4.3. Estado de Desarrollo

La empresa actualmente no está en funcionamiento, pero dentro del desarrollo o avance esta ya cuenta con un estudio de viabilidad previo, que arroja resultados favorables.

Figura 22.

Camisa en braille.



Figura 22. Este es el prototipo de la camiseta point.

Figura 23.

Mugs en braille.



Figura 23. Este es el prototipo del vaso push.

Figuras 24.

Tarjetas en braille.



Figuras 24. Este es un prototipo de las tarjetas touch.

4.3.1. Prototipo y/o evidencias

Tabla 10.

Bitácora.

Bitácora de desarrollo			
Producto	Estudio de viabilidad	Estudio de precios	Prototipado
Mugs	Aprobado	Aprobado	Aprobado
Camiseta	Aprobado	Aprobado	Aprobado
Tarjeta	Aprobado	Aprobado	Aprobado

Fuente: elaboración propia

4.4. Plan de Producción

Tabla 11.

Plan de producción.

Cantidad Unidades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6

Mugs	20	50	70	80	100	100
Camisetas	20	50	70	80	100	100
Tarjetas	20	50	70	80	100	100
Total	60	150	210	240	300	300
Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
100	100	120	120	120	120	1.100
100	100	120	120	120	120	1.100
100	100	120	120	120	120	1.100
300	300	360	360	360	360	3.300

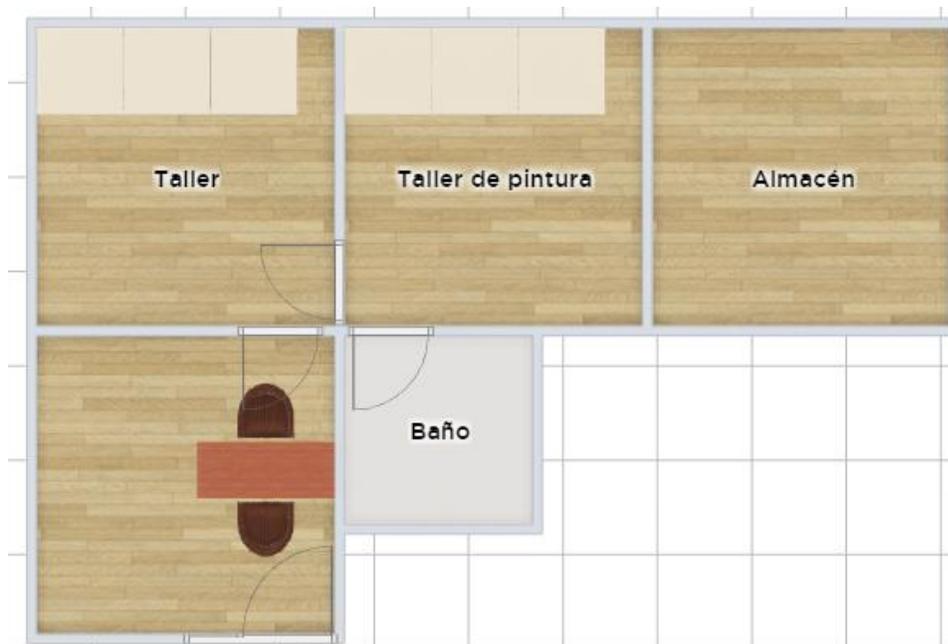
Fuente: elaboración propia

4.5. Requerimientos de Inversión

4.5.1. Lugar de operación

Figura 25.

Diseño de lugar de operaciones.



Fuente: elaboración propia

Tabla 12.

Matriz de ubicación.

Factor	Peso	Obonuco ubicación 1		Obonuco ubicación 2		Pasto	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Costo del arriendo	0,2	10	2	10	2	5	1
Acceso terrestre	0,16	7	1,4	7	1,4	9	1,8
Tamaño	0,14	8	1,6	4	0,8	5	1
Costo de los servicios	0,5	7	1,4	7	1,4	6	1,2
Totales	1		6,4		5,6		5

Fuente: elaboración propia.

De los resultados de la matriz, se deduce que la primera zona o ubicación, correspondiente al corregimiento de Obonuco, es el mejor sitio para ubicar el taller, debido a costos del servicio y arriendo, además de encontrar espacios lo suficientemente amplios para ubicar los talleres y el almacenaje. Por último, se debe tener en cuenta que, al ser una tienda digital, no es necesario contar con un espacio asignado para clientes en físico, pero si para la producción.

5. Módulo de Organización

5.1. Estrategia Organizacional

Misión:

Mi persona favorita tienda de detalles online, se dedicada a la producción y comercialización de detalles en braille para personas en condición de discapacidad o con limitaciones visuales, mejorando así su calidad de vida y experiencias promoviendo la aplicación del lenguaje braille.

Visión:

Mi persona favorita tienda de detalles online, para el 2024 busca ser una tienda reconocida a nivel local y regional por la innovación en la producción y comercialización de detalles en braille, para personas en condición de discapacidad visual o con limitaciones visuales siendo los detalles en braille un apoyo para promover el lenguaje de inclusión.

Valores.

Compromiso: Crear productos innovadores que más que un detalle sean un aporte para los clientes.

Respeto: Reconocer, valorar, apreciar las cualidades de las personas que nos rodean y sus cualidades.

Constancia: Compromiso de innovar al cliente trabajando según su requerimiento y/o necesidad.

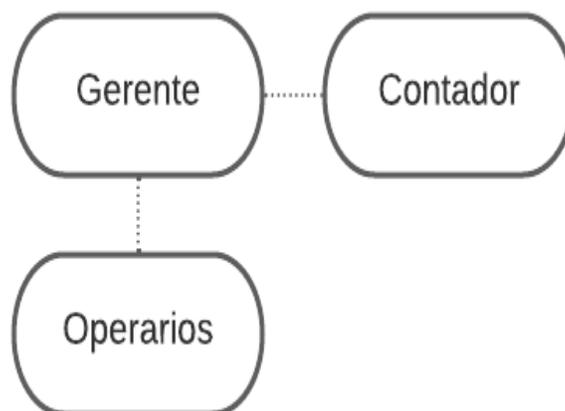
5.3. Organismos de Apoyo

Dentro del proceso de búsqueda de apoyo, se encuentran las siguientes entidades; Parquesoft Pasto, lo cuales pueden brindar un apoyo en el desarrollo de la página virtual, Centro progresá, para apoyo logístico y técnico, por último, el club LIVINAR, como aliado estratégico para apoyo técnico en el sistema braille.

5.4. Estructura Organizacional

Figura 26.

Organigrama.



Fuente: elaboración propia

Perfiles.

Tabla 13

CARGO: Gerente.	
Área: administrativa	
Propósito del Cargo: planear, organizar, dirigir, verificar los diferentes procesos a desarrollar	
Características Generales	
Edad:	25-40

Sexo:	Hombre - mujer
Estado Civil	Soltero – Casado.
Formación	Universitaria o especializada.
Estudios	Administración de empresas o carreras a fines
Competencias Técnicas	Tener habilidades de comunicación y negociación, liderazgo y pro actividad, demostrar actitud cautivadora y amigable con el objetivo de cultivar relaciones profesionales a largo y corto plazo, capacidad analítica para la toma de decisiones, habilidad para resolver conflictos, ser organizado y capaz de manejar su tiempo de manera efectiva, Ser capaz de procesar textos, utilizar hojas de cálculo y manejar bases de datos, Ser ingenioso, enérgico y tener iniciativa.
Experiencia	3 años
Habilidades	-Administración básica. -Contabilidad. -Manejo de cómputo ofimática, Microsoft Word, Excel, PowerPoint -Conocimientos básicos de negociación. -Atención al cliente.
Funciones	Desarrollar e implementar estrategias para el cumplimiento de los diferentes objetivos y políticas de la empresa, planificar y gestionar el departamento de presupuesto y contable, liderar y analizar todo tipo de datos tanto cuantitativos y cualitativos para crear reportes informativos y presentar planes estratégicos con el objetivo de solucionar problemas, dirigir el funcionamiento armónico de todas las dependencias, para que no haya incongruencias en sus actividades, ni errores de comunicación entre ellas, realizar negociaciones vitalicias con clientes y/o proveedores, retroalimentar todas las dependencias a cargo en cuanto a su desempeño y estrategias que permitan la toma de decisiones asertiva, participar en conferencias capacitaciones o reuniones de ventas, liderazgo, decoración y tendencias de la empresa o a las que sea convocado.

Área a Quien reporta	Gerente
Salario:	\$1.000.000

Fuente: elaboración propia.

Tabla 14

CARGO: Contador	
Área: administrativa	
Propósito del Cargo: Auditar, planificar, coordinar y controlar las actividades de finanzas como; contabilidad, administración de efectivo, análisis financiero, costos e impuestos, garantizando el cumplimiento de las regulaciones establecidas en la empresa.	
Características Generales	
Edad:	25-40
Sexo:	Hombre - mujer
Estado Civil	Soltero – Casado.
Formación	Universitaria o especializada.
Estudios	Contador publico
Competencias Técnicas	<ul style="list-style-type: none"> -Capacidad de análisis. -Disposición para el trabajo en equipo. -Capacidad de trabajo bajo presión. -Responsabilidad. -Capacidad de organización. -Integridad. -Confidencialidad. -Competencia y actualización.
Experiencia	2 años
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> -Administración básica -Contabilidad. -Manejo de cómputo ofimática, Microsoft Word, Excel, PowerPoint -Conocimientos básicos de negociación.

	-Atención al cliente.
Funciones	-Consolidar el presupuesto anual de la empresa y llevar el seguimiento y control. -Diseña, gestiona y ejecuta las estrategias económicas y financieras de la empresa. Interpreta la información contable para el planeamiento y control en la toma de decisiones. -Administra e identifica los riesgos financieros en la empresa. -Administra y supervisa los estados contables, históricos proyectados y presupuestos de la empresa.
Área a Quien reporta	Gerente
Salario:	\$1.000.000

Fuente: elaboración propia.

Tabla 15

CARGO: Operario	
Área: De producción.	
Propósito del Cargo: Procesar, analizar y reportar variaciones presentadas en la utilización todos los recursos asignados en las órdenes de producción.	
Características Generales	
Edad:	25-40
Sexo:	Hombre - mujer
Estado Civil	Soltero – Casado.
Formación	Universitaria, técnica o tecnológica
Estudios	Nivel técnico, tecnológico o en formación profesional de primeros semestres, administración de empresas, logística.
Competencias Técnicas	-Conocimientos básicos de Gestión Integral. -Conocimiento en preparación y respuesta ante emergencias. -Conocimiento en identificación de peligros y riesgos. -Conocimiento en uso y mantenimiento de elementos de protección

Experiencia	2 años
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> -Manejo de elementos de Protección Personal -Manejo de máquinas y herramientas -Conocimiento en procesos Industriales -Conocimiento en trabajo de alto riesgo -Manejo e interpretación de normas técnicas para procesos industriales
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar actividades manuales y ejecutar las labores establecidas en los procesos productivos y/o administrativos. Realizar seguimiento a los trabajos entregados al jefe inmediato como apoyo a la gestión de los Procesos. Analizar y verificar la información derivada de las tareas asignadas proponiendo acciones de mejora al jefe inmediato, cuando sea pertinente. Conocer, promover y ejecutar la Política de Gestión Integral. Aplicar y cumplir lo establecido en el Sistema de Gestión Integral Cumplir las Normas Ambientales, de Seguridad y Salud Ocupacional
Área a Quien reporta	Gerente
Salario:	SMLV

Fuente: elaboración propia.

5.5. Aspectos Legales

- Normatividad comercial: Comercializadora y productora, CIIU 4791 Comercio al por menor realizado a través de internet, 139 Fabricación de otros productos textiles, 1812 Actividades de servicios relacionados con la impresión, sociedad por acciones simplificadas (SAS).

5.6 Costos Administrativos

Tabla 16

Nomina

EMPLEADO	BASICO PACTADO	DÍAS LABOR	BASICO	AUX DE TRANSP	HORAS EXTRAS	
Administrador	\$1.500.000	30	\$ 1.200.000	\$ 117.172	\$-	
			\$ -	\$ -		
	\$ 1.500.000	90	\$ 1.200.000	\$ 117.172	\$ -	
TOTAL, DEVENGADO	SALUD	PENSIÓN				
\$ 1.317.172	\$ 48.000	\$ 48.000				
	\$ -	\$ -				
\$ 1.317.172	\$48.000	\$48.000				
TOTAL, DEDUCIDO	NETO PAGADO TD-T DEDUCIDO					
\$ 96.000	\$ 1.221.172					
\$ -						
\$ 96.000	\$ 1.221.172					
TOT DEVENG - AUX TRANSP	8,5% SALUD	12% PENSIÓN	0,522% ARL	2% SENA	3% ICBF	4% CAJA DE Com
\$ 1.200.000	\$ 102.000	\$ 144.000	\$ 6.264	\$ 24.000	\$ 36.000	\$ 48.000
EMPLEADO	TOTAL, DEVENGADO	8,33% CESANTÍAS	1% INT/CESANT	8,33% PRIMA	4,17% VACACIONES	
Admón..	\$ 1.317.172,00	\$ 109.720	\$13.172	\$109.720	\$ 54.926	
COSTO MES	COSTO AÑO					
1.604.711	23.579.696					

Fuente: elaboración propia.

6. MÓDULO FINANCIERO

6.1. Requerimientos de maquinaria, planta y equipo (inversión en activos fijos)

Tabla 17

Inversión en activos fijos

Requerimientos de Maquinaria, Planta y Equipo				
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Infraestructura y adecuaciones	Adecuaciones locativas	1	1.000.000	1.000.000
Total		1	1.000.000	1.000.000
Publicidad y mercadeo	Publicidad	1	150.000	150.000
Total		1	150.000	150.000
Equipo de comunicación y computación	Computador portátil Acer	1	2.300.000	2.300.000
	Impresora a color multifuncional canón pixma G2110	1	520.000	520.000
	Mouse Genius	1	13.000	13.000
	Router TP-Link TL-WR840N blanco	1	55.500	55.500
	Celular redmi 9	1	530.000	530.000
Total		5	3.418.500	3.418.500
Muebles y enseres.	Mesa de dibujo de 80x160	1	250.000	250.000
	2 sillas plásticas rimax	2	45.000	90.000
	Escritorio computador Básico	1	250.000	250.000

	4 sillas plásticas rimax sin brazo	4	32.000	128.000
Total		8	577.000	718.000
Otros	3 tijeras para costura Bordado con R.	3	9.800	29.400
	3 agujas de bordado No. 18	3	2.000	6.000
	3 agujas de bordado No. 24	3	2.100	6.300
	Tiza de Costura	1	2.100	2.100
	Regla de modistería MDF de 1 mts	1	20.000	20.000
	Regla de 50 cm metálica	1	14.000	14.000
	Bisturí Exacto 18mm Truper	1	12.000	12.000
Total		13	62.000	89.800
			TOTAL	5.376.300

Fuente: elaboración propia.

6.2. Inversión capital de trabajo

Tabla 18

Inversión capital de trabajo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Caja - efectivo	1	4.000.000	4.000.000
Bancos	1	6.000.000	6.000.000

Total

10.000.000

Fuente: elaboración propia.

6.3. Cronograma de Inversión – fuentes de financiación (propios o terceros)

Tabla 19

Tabla de amortización

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
CAJA - EFECTIVO	1	4.000.000,00	4.000.000,00
BANCOS	1	6.000.000,00	6.000.000,00

TOTAL**10.000.000,00****Detalles de la operación financiera:**

TASA EFECTIVA ANUAL TEA <input type="text" value="24,000%"/> <i>*Fijate del tipo de tasa</i>	TIPO DE CUOTA <input type="radio"/> Cuotas Fijas <input type="radio"/> Cuotas Crecientes <input type="radio"/> Cuotas Decrecientes	FORMA DE PAGO <input type="radio"/> Diario <input type="radio"/> Bimestral <input type="radio"/> Semanal <input type="radio"/> Trimestral <input type="radio"/> Semestral <input type="radio"/> Mensual <input type="radio"/> Tetramestral <input type="radio"/> Anual	NÚMERO DE CUOTAS <input type="text" value="22"/>	VALOR A EVALUAR <input type="text" value="6.000.000,00"/>
Comisiones y gastos Seguro Cuota (x periodo) 0,500% Otros Cargos (Comisiones) 2.000,00 Valor Estudio 0,000%	Detalles del Financiamiento Tasa Efectiva Anual (TEA) 24,00% Tasa Efectiva Mensual 1,81% Total costo Efectivo Anual 2,50% <i>*No modifiques nada de estos conceptos</i>	Codigo _____ Numero de Lote _____	VALOR CUOTA INICIAL 30% <input type="text" value="-"/>	Total Intereses 1.327.587,93 Total a Pagar 7.698.646,46

Cuota	Deuda	Factor (Cuotas Crecientes)	Amortización	Interés	Seguro Cuota	Otros Cargos-Comisiones	Valor Total Cuota	Valor Estudio	Cuota Total a Pagar
0	6.000.000,00								-
1	5.775.518,96	-	224.481,04	108.525,49	28.877,59	2.000,00	363.884,13	-	363.884,13
2	5.546.977,60	-	228.541,36	104.465,18	27.734,89	2.000,00	362.741,42	-	362.741,42

3	5.314.302,48	-	232.675,12	100.331,41	26.571,51	2.000,00	361.578,05	-	361.578,05
4	5.077.418,82	-	236.883,65	96.122,88	25.387,09	2.000,00	360.393,63	-	360.393,63
5	4.836.250,52	-	241.168,30	91.838,23	24.181,25	2.000,00	359.187,79	-	359.187,79
6	4.590.720,06	-	245.530,46	87.476,08	22.953,60	2.000,00	357.960,14	-	357.960,14
7	4.340.748,55	-	249.971,51	83.035,03	21.703,74	2.000,00	356.710,28	-	356.710,28
8	4.086.255,67	-	254.492,89	78.513,65	20.431,28	2.000,00	355.437,81	-	355.437,81
9	3.827.159,62	-	259.096,05	73.910,49	19.135,80	2.000,00	354.142,33	-	354.142,33
10	3.563.377,14	-	263.782,47	69.224,07	17.816,89	2.000,00	352.823,42	-	352.823,42
11	3.294.823,49	-	268.553,66	64.452,88	16.474,12	2.000,00	351.480,65	-	351.480,65
12	3.021.412,34	-	273.411,14	59.595,39	15.107,06	2.000,00	350.113,60	-	350.113,60
13	2.743.055,85	-	278.356,49	54.650,04	13.715,28	2.000,00	348.721,82	-	348.721,82
12	2.469.644,70	-	273.411,14	49.615,25	12.348,22	2.000,00	337.374,62	-	337.374,62
15	2.181.127,55	-	288.517,15	44.669,90	10.905,64	2.000,00	346.092,69	-	346.092,69
16	1.887.391,83	-	293.735,73	39.451,32	9.436,96	2.000,00	344.624,01	-	344.624,01
17	1.588.343,13	-	299.048,70	34.138,36	7.941,72	2.000,00	343.128,77	-	343.128,77
18	1.283.885,36	-	304.457,77	28.729,29	6.419,43	2.000,00	341.606,48	-	341.606,48
19	973.920,69	-	309.964,67	23.222,38	4.869,60	2.000,00	340.056,66	-	340.056,66

20	658.349,51	-	315.571,18	17.615,87	3.291,75	2.000,00	338.478,80	-	338.478,80
21	337.070,41	-	321.279,10	11.907,95	1.685,35	2.000,00	336.872,41	-	336.872,41
22	9.980,14	-	327.090,26	6.096,79	49,90	2.000,00	335.236,95	-	335.236,95

Fuente: *elaboración propia*

6.4. Proyección de egresos (costos y gastos)

Tabla 20

Egresos

Costos de producción												
M.O.D mano de obra directa	450.000	454.500	459.045	463.635	468.272	472.955	477.684	482.461	487.286	492.158	497.080	502.051
M.P.D materia prima directa	2.162.250	2.183.873	2.205.711	2.227.768	2.250.046	2.272.546	2.295.272	2.318.225	2.341.407	2.364.821	2.388.469	2.412.354
C.I.F Costos indirectos de fabricación (M.O.I y M.P.I)	285.000	287.850	290.729	293.636	296.572	299.538	302.533	305.559	308.614	311.700	314.817	317.965
Subtotal de Costos de Pcc.	2.897.250	2.926.223	2.955.485	2.985.040	3.014.890	3.045.039	3.075.489	3.106.244	3.137.307	3.168.680	3.200.366	3.232.370
Costos de distr.	124.000	310.000	434.000	496.000	620.000	620.000	620.000	620.000	744.000	744.000	744.000	744.000
Costos Variables: Serv y Publi.	180.000	330.000	330.000	330.000	350.000	350.000	350.000	350.000	370.000	370.000	370.000	370.000
Nomina	1.604.711	1.604.711	1.604.711	1.604.711	1.604.711	1.604.711	1.604.711	1.604.711	1.604.711	1.604.711	1.604.711	1.604.711
Subtotal de Costos de Distr.	1.908.711	2.244.711	2.368.711	2.430.711	2.574.711	2.574.711	2.574.711	2.574.711	2.718.711	2.718.711	2.718.711	2.718.711
Total, Costos	4.805.961	5.170.933	5.324.195	5.415.750	5.589.601	5.619.750	5.650.200	5.680.955	5.856.017	5.887.390	5.919.077	5.951.081
Gastos financieros												

Abono Capital	224.481	228.541	232.675	236.884	241.168	245.530	249.972	254.493	259.096	263.782	268.554	273.411	
Intereses	108.525	104.465	100.331	96.123	91.838	87.476	83.035	78.514	73.910	69.224	64.453	59.595	
Otros Costos	30.878	29.735	28.572	27.387	26.181	24.954	23.704	22.431	21.136	19.817	18.474	17.107	
Subtotal Costos Fin	363.884	362.741	361.578	360.394	359.188	357.960	356.710	355.438	354.142	352.823	351.481	350.114	
Total, costos	5.169.845	5.533.675	5.685.773	5.776.144	5.948.788	5.977.710	6.006.910	6.036.393	6.210.160	6.240.214	6.270.558	6.301.194	71.157.363

Fuente: elaboración propia

6.5. Plan de Compra

Tabla 21

Plan de compra

Materia prima	Periodicidad	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Observaciones
Mugs en blanco de 11 oz	semanal	unidad	36	3.500	126.000
Vitraplom x 65 ml	semanal	ml	6	6.100	36.600
Laca aerosol fijador transparente para manualidades x 400 ml	semanal	ml	5	2.160	10.800
Caja para mugs 11oz cartón	semanal	caja	36	850	30.600
Marquilla con el nombre de la empresa	semanal	hoja	2	250	500
Cinta decorativa 1 rollo de 100 mts	semanal	rollo	10	1.500	15.000
Camiseta de lisas de color	semanal	unidad	12	6.000	72.000
Paquete de hilos de colores para bordar de 8 mts por cada uno	semanal	metro	12	1.667	20.004
Marquilla con el nombre de la empresa	semanal	hoja	2	250	500
Bolsa en papel Kraft	semanal	unidad	36	584	21.006

Propalcote	semanal	unidad	36	366	13.176
Impresión a colores	diario	hoja	2	250	500
Sobre de manila 1/2 carta	semanal	hoja	2	250	500

Fuente: *elaboración propia*

TOTAL

347.186

6.7. Proyección de Ingresos

Tabla 22

Proyección de ingresos

PROYECCION DE INGRESOS						
Cantidad Unidades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Mugs	20	50	70	80	100	100
Camisetas	20	50	70	80	100	100
Tarjetas	20	50	70	80	100	100
Total	60	150	210	240	300	300
Precio Unidades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Mugs	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Camisetas	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Tarjetas	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Total	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Mugs	400.000	1.000.000	1.400.000	1.600.000	2.000.000	2.000.000
Camisetas	600.000	1.500.000	2.100.000	2.400.000	3.000.000	3.000.000
Tarjetas	240.000	600.000	840.000	960.000	1.200.000	1.200.000
Total	1.240.000	3.100.000	4.340.000	4.960.000	6.200.000	6.200.000

PROYECCION DE INGRESOS

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
100	100	120	120	120	120	1.100
100	100	120	120	120	120	1.100
100	100	120	120	120	120	1.100
300	300	360	360	360	360	3.300
Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Precio promedio
20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
2.000.000	2.000.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	22.000.000
3.000.000	3.000.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	33.000.000
1.200.000	1.200.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000	13.200.000
6.200.000	6.200.000	7.440.000	7.440.000	7.440.000	7.440.000	68.200.000

Fuente: elaboración propia

6.7 Punto de equilibrio

Tabla 23

Punto de equilibrio

Producto	Mugs - Camiseta - Tarjeta
Precio unitario	\$ 62.000
Costo fijo	30.754

Descripción	Valor
M.O	\$ 4.776
M.P	\$ 22.952
CIF	\$ 3.025
Costo variable	25.747

Descripción	Valor	Cantidad	Total
Comisión venta	\$ 6.200	1	\$ 6.200
Costos variables	\$ 3.500	1	\$ 3.500
Nomina	\$ 16.047	1	\$ 16.047

Punto de equilibrio		
Unidades a producir	100	
Ventas totales	Costos totales	Utilidad total
\$ 6.200.000	\$ 2.605.465	\$ 3.594.534

Fuente: *elaboración propia*

6.8 Flujo de Caja

Tabla 24

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		686.700	892.710	1.160.523	1.508.679	1.961.283
Depreciaciones (maquinaria y equipo)		-1.027.300	-1.335.490	-1.736.137	-2.256.978	-2.934.072
Impuestos		-375.806	-488.548	-635.112	-825.645	-1.073.339
Neto Flujo de Caja Operativo		-716.406	-931.328	-1.210.726	-1.573.944	-2.046.127
Variación Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos	2.447.250	3.059.063	3.976.781	5.169.816	6.720.760	8.736.988
Variación Inv. Prod. En Proceso	0	250.000	325.000	422.500	549.250	714.025
Variación Inv. Prod. Terminados	0	600.000	780.000	1.014.000	1.318.200	1.713.660
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar	0	100.000	110.000	121.000	133.100	146.410
Variación Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos	0	0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Adecuaciones y Mejoras	1.000.000	1.000.000	1.050.000	1.102.500	1.157.625	1.215.506
Equipo de computo	3.418.500	3.418.500	3.589.425	3.768.896	3.957.341	4.155.208
Inversión en Muebles	718.000	718.000	753.900	791.595	831.175	872.733
Otros equipos	89.800	89.800	94.290	99.005	103.955	109.152
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	2.447.250	3.909.063	5.081.781	6.606.316	8.588.210	11.164.673

Inversión Activos	5.226.300	5.226.300	5.487.615	5.761.996	6.050.096	6.352.600
Inversión Diferida	0	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	7.673.550	9.135.363	10.569.396	12.368.311	14.638.306	17.517.274
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	6.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	0	3.021.412	0	0	0	0
Intereses Pagados	0	1.017.491	310.097	0	0	0
Dividendos Pagados	0	0	0	0	0	0
Capital	4.000.000	7.131.713	11.912.488	14.136.330	16.960.931	20.563.306
Otros Ingresos No Operacionales	0	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	10.000.000	11.170.616	12.222.585	14.136.330	16.960.931	20.563.306
Neto Periodo	2.326.450	-2.751.660	-2.584.517	13.431.119	13.929.424	14.445.531
Saldo anterior						
Saldo siguiente	2.326.450	-2.751.660	-2.584.517	13.431.119	13.929.424	14.445.531

Fuente: *elaboración propia*

Tabla 25

Balance general

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	1.000.000	1.250.000	1.625.000	2.112.500	2.746.250	3.570.125
Bancos	1.326.450	1.658.063	2.155.481	2.802.126	3.642.763	4.735.592
Provisión Cuentas x Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	2.447.250	3.059.063	3.976.781	5.169.816	6.720.760	8.736.988
Inventarios de Producto en Proceso	0	250.000	325.000	422.500	549.250	714.025
Inventarios Producto Terminado	0	600.000	780.000	1.014.000	1.318.200	1.713.660
Anticipos y Otras C x C	0	0	0	0	0	0
Total, Activo Corriente:	4.773.700	6.817.125	8.862.263	11.520.941	14.977.224	19.470.391
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Adecuaciones y mejoras	1.000.000	1.000.000	1.050.000	1.102.500	1.157.625	1.215.506
Equipo de computo	3.418.500	3.418.500	3.589.425	3.768.896	3.957.341	4.155.208
Muebles y Enseres	718.000	718.000	753.900	791.595	831.175	872.733
Otros Equipos	89.800	89.800	94.290	99.005	103.955	109.152
Equipo de Oficina	0		0	0	0	0
Depreciaciones maquinaria y equipo	0	-1.027.300	-1.335.490	-1.736.137	-2.256.978	-2.934.072
Total, Activos Fijos:	5.226.300	4.199.000	4.152.125	4.025.859	3.793.117	3.418.529
Total, Activos Diferidos:	0	0	0	0	0	0
Total, Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	10.000.00	11.016.12	13.014.388	15.546.800	18.770.341	22.888.919
Pasivo						

Cuentas X Pagar Proveedores	0	100.000	110.000	121.000	133.100	146.410
Impuestos X Pagar	0	0	0	0	0	0
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	6.000.000	3.021.412	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligación Fondo Emprender (Contingente)						
PASIVO	6.000.000	3.121.412	110.000	121.000	133.100	146.410
Patrimonio						
Capital Social	4.000.000	7.131.713	11.912.488	14.136.330	16.960.931	20.563.306
Reserva Legal Acumulada	0	76.300	99.190	128.947	167.631	217.920
Utilidades Retenidas	0	0	0	0	0	0
Utilidades del Ejercicio	0	686.700	892.710	1.160.523	1.508.679	1.961.283
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	4.000.000	7.894.713	12.904.388	15.425.800	18.637.241	22.742.509
PASIVO + PATRIMONIO	10.000.00	11.016.12	13.014.388	15.546.800	18.770.341	22.888.919

Fuente: elaboración propia

6.10 Estado de Resultados

Tabla 26

Estados de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
Ventas	1.240.000	3.100.000	4.340.000	4.960.000	6.200.000	6.200.000	6.200.000	6.200.000
Devoluciones y descuentos en ventas	0	0	0	0	0	0	1	2
Costo de venta	2.897.250	2.926.223	2.955.485	2.985.040	3.014.890	3.045.039	3.075.489	3.106.244
Utilidad Bruta	-1.657.250	173.778	1.384.515	1.974.960	3.185.110	3.154.961	3.124.510	3.093.754
Gasto de Administración	1.784.711	1.934.711	1.934.711	1.934.711	1.954.711	1.954.711	1.954.711	1.954.711
Gastos de Ventas	124.000	310.000	434.000	496.000	620.000	620.000	620.000	620.000
Utilidad Operativa	-3.565.961	-2.070.933	-984.195	-455.750	610.399	580.250	549.799	519.043
Otros ingresos (no operacionales)	0	0	0	0	0	0	1	2
Gastos Financieros	363.884	362.741	361.578	360.394	359.188	357.960	356.710	355.438
Utilidad antes de impuestos	-3.929.845	-2.433.675	-1.345.773	-816.144	251.212	222.290	193.090	163.607
Impuesto renta	-1.296.849	-803.113	-444.105	-269.327	82.900	73.356	63.720	53.990
Utilidad después de impuesto	-2.632.996	-1.630.562	-901.668	-546.816	168.312	148.935	129.370	109.617
Reserva legal 10%	-263.300	-163.056	-90.167	-54.682	16.831	14.893	12.937	10.962
Utilidad o pérdida repartible a socios	-2.369.696	-1.467.506	-811.501	-492.135	151.481	134.041	116.433	98.655
Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12					

7.440.000	7.440.000	7.440.000	7.440.000
3	4	5	6
3.137.307	3.168.680	3.200.366	3.232.370
4.302.690	4.271.316	4.239.629	4.207.624
1.974.711	1.974.711	1.974.711	1.974.711
744.000	744.000	744.000	744.000
1.583.980	1.552.606	1.520.918	1.488.913
3	4	5	6
354.142	352.823	351.481	350.114
1.229.840	1.199.786	1.169.442	1.138.806
405.847	395.929	385.916	375.806
823.993	803.857	783.526	763.000
82.399	80.386	78.353	76.300
741.594	723.471	705.174	686.700

Fuente: *elaboración propia*

6.11 Indicadores Financieros TIR y VPN

Tabla 27

Indicadores

Nombre del proyecto:	Mi persona favorita
TNA de inversión alternativa	8%
Cantidad de Años	5

AÑOS	Flujo de fondos
0	-\$ 2.326.450
1	-\$ 2.751.659
2	-\$ 2.584.516
3	\$ 13.431.119
4	\$ 13.929.424
5	\$ 14.445.531

Mi persona favorita	
TIR	15,32%
VAN	\$11.049.041

Fuente: *elaboración propia*

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Una vez realizado el estudio de la oferta y demanda de la idea de negocio mi persona favorita se puede determinar que es una innovadora la cual entrega una nueva experiencia a las personas en condición de discapacidad mejorando así su calidad de vida.
- Se recomienda a todos aquellos interesados en promover la responsabilidad social que incluyan en sus ideas de negocio a personas en condición de discapacidad porque es el compromiso que como profesionales se obtiene con la responsabilidad empresarial.
- Una vez realizado los diferentes análisis en los diferentes entornos se obtiene como resultado que la idea de negocio es viable y su desarrollo en la ciudad de Pasto del departamento de Nariño por ser una idea nueva en un mercado con amplio portafolio de productos, pero sin la exclusividad e innovación que la idea de negocio presenta.
- El análisis financiero que se realizó arroja resultados positivos con los cuales se puede evidenciar que es un proyecto en el que se puede invertir, debido a que deja un buen margen de rentabilidad, por lo que se puede predecir un buen pronóstico en la proyección que presentan los estudios aplicados.

REFERENCIAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Aristizábal Gómez K. (2019). *Inclusión laboral y discapacidad: una revisión teórica y una caracterización. los casos de Santa Marta, Barranquilla y Cartagena* [Tesis doctoral, Fundación Universidad del Norte].
- Pinto Ortiz C. (2016). *Plan de marketing para la implementación de un negocio de envío de regalos personalizados para mujeres* [Tesis de maestría, Universidad del Pacifico].
- Jaramillo J. et al., (2014). *Estudio de viabilidad para la creación de una empresa comercializadora de tableros útiles para discapacitados de extremidades inferiores en las instituciones educativas públicas de la ciudad de Cali* [Trabajo de grado, Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium].
- Bocanegra A. et al., (2018). *Estudio de viabilidad para la creación de un centro recreativo e interactivo para la niñez crin* [Especialización Formulación de Proyectos, Universidad Católica de Colombia].
- Rodríguez C., et al (2020). *Proyecto de emprendimiento social - artesanías de Usme: “emprendiendo por un mañana mejor con empleo digno y amor, por nuestras madres cabeza de hogar”* [Diplomado De Profundización Para Tecnologías Gestión Del Marketing Para El Emprendimiento Social, Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD].

ANEXOS

Anexo 1.

Encuesta aplicada.

<p>Genero *</p> <p><input type="checkbox"/> Hombre</p> <p><input type="checkbox"/> Mujer</p>
<p>¿Ha adquirido productos decorados con braille? *</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Tal vez</p>
<p>¿Recomendaría usted nuestros productos de detalle en braille a un amigo? *</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Tal vez</p>
<p>¿Usted ha comprado productos en braille en una tienda en línea? *</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Tal vez</p>
<p>¿El braille mejora el uso de los productos? *</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Tal vez</p>
<p>¿Para usted es importante regalar o recibir productos con braille? *</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Tal vez</p>

¿Qué tan fácil es la adquisición de productos en braille en la ciudad de Pasto? *

- Fácil
- Regular
- Difícil

¿Usted estaría dispuesto a pagar un valor agregado, es decir la adición del braille? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Nuestros productos a ofertar cumplen con sus expectativas? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Los beneficios que le brindan, son acordes a sus necesidades? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Cuál de estos productos estaría dispuesto a comprar? *

- Mugs (taza)
- Camiseta
- Tarjeta

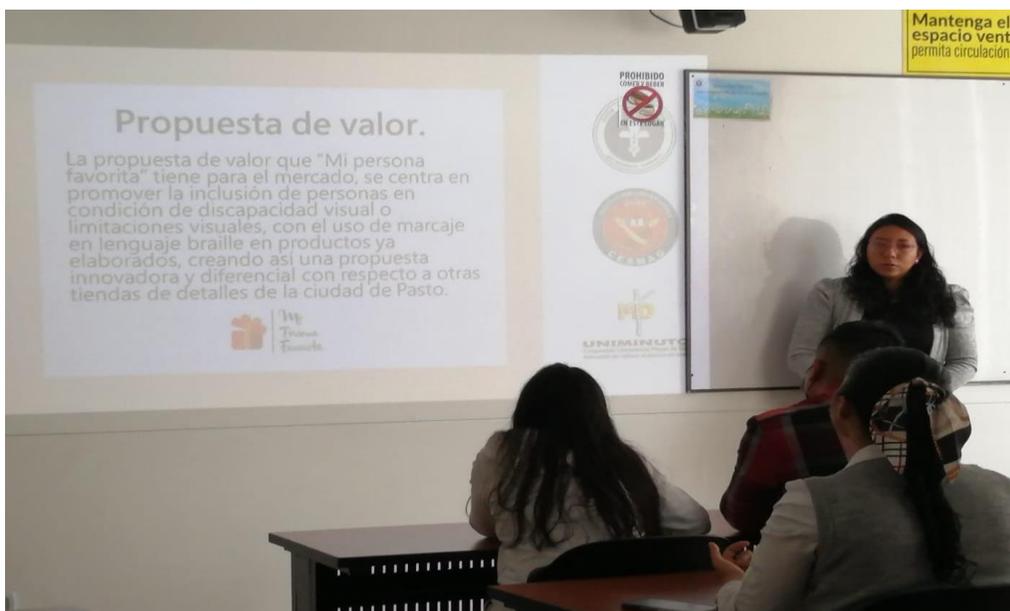
Anexo 2

Tercera feria de modalidades de grado, Universidad Mariana, Universidad CESMAG, Corporación Universitaria Minuto de Dios.



Anexo 3

Tercera feria de modalidades de grado, Universidad Mariana, Universidad CESMAG, Corporación Universitaria Minuto de Dios.



Anexo 4

Unifest 2022



Anexo 5

Formato de preguntas de la entrevista realizada a expertos

Entrevista a expertos

1. ¿En qué se basan las personas en condición de discapacidad visual para adquirir un producto?
2. ¿Las personas en condición de discapacidad visual tienen poder adquisitivo para poder comprar productos en braille?
3. ¿Espera que los productos ofertados favorezcan la vida de las personas en condición de discapacidad?
4. ¿Qué productos diseñaría que se realizaran con lenguaje braille?

5. ¿Qué necesidades satisface los productos en braille para las personas en condición de discapacidad visual?

6. ¿Cuál considera usted el costo a cobrar para los productos Mugs, Camisetas y tarjetas?

Anexo 6

Listado de los expertos

Nombre	Contacto
Marco Tulio Benavides	3156435847
Jhony López	3156525959
Horacio Torres	315463110

RESUMEN DE EMPRENDIMIENTO

Para la elaboración del resumen ejecutivo tenga en cuenta:

Concepto del Negocio: Sociedad anónima simplificada, producción y comercialización, CIU 4791 Comercio al por menor realizado a través de internet, 139 Fabricación de otros productos textiles, 1812 Actividades de servicios relacionados con la impresión, **Misión:** Mi persona favorita tienda de detalles online, se dedicada a la producción y comercialización de detalles en braille para personas en condición de discapacidad o con limitaciones visuales, mejorando así su calidad de vida y experiencias promoviendo la aplicación del lenguaje braille. **Visión:** Mi persona favorita tienda de detalles online, para el 2024 busca ser una tienda reconocida a nivel local y regional por la innovación en la producción y comercialización de detalles en braille, para personas en condición de discapacidad visual o con limitaciones visuales siendo los detalles en braille un apoyo para promover el lenguaje de inclusión. **Valores. Compromiso:** Crear productos innovadores que más que un detalle sean un aporte para los clientes. **Respeto:** Reconocer, valorar, apreciar las cualidades de las personas que nos rodean y sus cualidades. **Constancia:** Compromiso de innovar al cliente trabajando según su requerimiento y/o necesidad. Su función social es la de promover la inclusión mediante lenguaje braille y teniendo como mercado las personas con discapacidad visual.

Potencial del Mercado en Cifras: 6000 personas.

Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor:
Personalización en braille.
Productos innovadores a precios asequibles

Resumen de las Inversiones Requeridas:

Materia Prima				
Producto	Unidades	Cantidad	valor unitario	valor total
Producto No 1				
Mugs en blanco de 11 oz	Unidad	100	\$ 3.500	\$ 350.000
Vitraplom x 65 ml	MI	32	\$ 6.000	\$ 192.000
Laca Aerosol Fijador Transparente Para Manualidad	MI	5	\$ 10.800	\$ 54.000
Plantilla de braille	Unidad	100	\$ 1.500	\$ 150.000
M.O. comision por produccion	Unidad	100	\$ 1.500	\$ 150.000
Comisión por venta	Unidad	100	\$ 2.000	\$ 200.000
Caja Para Mugs 11oz Carton	Onz	100	\$ 850	\$ 85.000
Foami	Unidad	100	\$ 225	\$ 22.500
Marquilla de la empresa	hoja	100	\$ 120	\$ 12.000
Pegante super pega x 60 ml	ml	100	\$ 450	\$ 45.000
Cinta decorativa 1 rollo de 100 mts	metros	100	\$ 1.500	\$ 150.000
Producto No 2				
Camiseta de lisas de color	unidad	100	\$ 6.000	\$ 600.000
Paquete de hilos de colores para bordar de 8 mts p	metros	15	\$ 650	\$ 9.750
Plantilla de barille impresa	unidad	100	\$ 500	\$ 50.000
M.O. comision por produccion	Unidad	100	\$ 2.000	\$ 200.000
Comisión por venta	Unidad	100	\$ 3.000	\$ 300.000
Bolsa en papel kraf	unidad	100	\$ 1.500	\$ 150.000
Marquilla con el nombre de la empresa	hoja	100	\$ 120	\$ 12.000
Botones	Unidades	5000	\$ 100	\$ 500.000
Producto No 3				
Propalcote	hoja	100	\$ 550	\$ 55.000
Impresión a colores	hoja	100	\$ 600	\$ 60.000
M.O. comision por produccion	Unidad	100	\$ 1.000	\$ 100.000
Comisión por venta	Unidad	100	\$ 1.200	\$ 120.000
Sobre de manila 1/2 carta	sobre	100	\$ 500	\$ 50.000
TOTAL				3.617.250,00

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	1.000.000	1.250.000	1.625.000	2.112.500	2.746.250	3.570.125
Bancos	1.326.450	1.658.063	2.155.481	2.802.126	3.642.763	4.735.592
Provisión Cuentas x Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	2.547.250	3.184.063	4.139.281	5.381.066	6.995.385	9.094.001
Inventarios de Producto en Proceso	0	250.000	325.000	422.500	549.250	714.025
Inventarios Producto Terminado	0	600.000	780.000	1.014.000	1.318.200	1.713.660
Anticipos y Otras C x C	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	4.873.700	6.942.125	9.024.763	11.732.191	15.251.849	19.827.403
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Adecuaciones y mejoras	1.000.000	1.000.000	1.050.000	1.102.500	1.157.625	1.215.506
Equipo de computo	3.418.500	3.418.500	3.589.425	3.768.896	3.957.341	4.155.208
Muebles y Enseres	718.000	718.000	753.900	791.595	831.175	872.733
Otros Equipos	89.800	89.800	94.290	99.005	103.955	109.152
Equipo de Oficina	0	0	0	0	0	0
Depreciaciones maquinaria y equipo	0	-1.027.300	-1.335.490	-1.736.137	-2.256.978	-2.934.072
Total Activos Fijos:	5.226.300	4.199.000	4.152.125	4.025.859	3.793.117	3.418.529
Total Activos Diferidos:	0	0	0	0	0	0
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	10.100.000	11.141.125	13.176.888	15.758.050	19.044.966	23.245.932
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	100.000	110.000	121.000	133.100	146.410
Impuestos X Pagar	0	0	0	0	0	0
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	6.000.000	3.021.412	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)						
PASIVO	6.000.000	3.121.412	110.000	121.000	133.100	146.410
Patrimonio						
Capital Social	4.000.000	7.331.463	12.172.163	14.473.908	17.399.781	21.133.811
Reserva Legal Acumulada	0	68.825	89.472	116.314	151.209	196.571
Utilidades Retenidas	0	0	0	0	0	0
Utilidades del Ejercicio	0	619.425	805.252	1.046.828	1.360.877	1.769.140
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	4.000.000	8.019.713	13.066.888	15.637.050	18.911.866	23.099.522
PASIVO + PATRIMONIO	10.000.000	11.141.125	13.176.888	15.758.050	19.044.966	23.245.932
	(100.000)	-	-	-	-	-

Resumen financiero:

Punto de Equilibrio

PRODUCTO	MUGS - CAMISETA - TARJETA
PRECIO UNITARIO	\$ 62.000,00

Resultado:

PUNTO DE EQUILIBRIO	0,88	Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos
---------------------	------	---

Detalle los costos

COSTO FIJO	31.816,41
------------	-----------

DESCRIPCIÓN	VALOR
M.O	\$ 4.776,84
M.P	\$ 24.014,24
CIF	\$ 3.025,33

COSTO VARIABLE	25.747,11
----------------	-----------

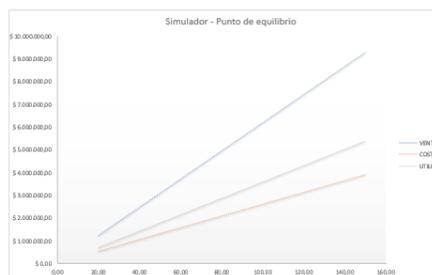
DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	TOTAL
Comision venta	\$ 6.200,00	1	\$ 6.200,00
Costos Variables	\$ 3.500,00	1	\$ 3.500,00
Nomina	\$ 16.047,11	1	\$ 16.047,11

Simulador

Cambie las unidades a producir y observe los cambios

UNIDADES A PRODUCIR	VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES	UTILIDAD TOTAL
100,00	\$ 6.200.000,00	\$ 2.606.527,06	\$ 3.593.472,90

UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
20,00	\$ 1.240.000,00	\$ 546.758,54	\$ 693.241,46
100,00	\$ 6.200.000,00	\$ 2.606.527,06	\$ 3.593.472,90
150,00	\$ 9.300.000,00	\$ 3.893.882,38	\$ 5.406.117,62



Alcance y experiencia en su proceso de emprendimiento.

El alcance que deja el plan de negocios mi persona favorita es positivo ya que mediante el desarrollo del formato se afianzo conocimientos obtenidos durante la carrera de administración de empresas de igual manera se identificó una idea de negocio potencial en la ciudad de Pasto la cual más que una propuesta económica se convierte en un sueño el cual surge tras encontrar que todos somos iguales y merecemos encontrarnos en la misma condición siendo esta una razón primordial e inspiración para trabajar por un bien común.