

**CREACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR CAMISETAS CON SISTEMA
BRAILLE**

JENNIFER T. ACOSTA OSORIO

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
TECNOLOGÍA EN DISEÑO TEXTIL Y PRODUCCIÓN DE MODA
MEDELLÍN
2017**

**CREACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR CAMISETAS CON SISTEMA
BRAILLE**

JENNIFER T. ACOSTA OSORIO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
TECNOLOGO EN DISEÑO TEXTIL Y PRODUCCIÓN DE MODA

ASESORA
LUZ ARLEY ESPINOSA MORENO
ECONOMISTA Y DISEÑADORA DE MODA

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
TECNOLOGÍA EN DISEÑO TEXTIL Y PRODUCCIÓN DE MODA
MEDELLÍN
2017**

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado a toda mi familia, a mis padres que con su amor, esfuerzo y disciplina, me alientan en seguir luchando y lograr mis metas, también lo dedico a mi hermano que ha sido un apoyo incondicional, a mi hermano que está en el cielo y es esa fuerza intangible que me da la esperanza de seguir adelante. Dedico este trabajo a mis abuelos que son una muestra clara de la perseverancia, la responsabilidad y cariño.

AGRADECIMIENTOS

Una manera clara de demostrar la gratitud a todos mis maestros, profesores, educadores, por aportar un granito de conocimiento en mí, por formar una base con buenos valores, agradezco a mi primer profesora de preescolar, Luz Dary, por el amor y la paciencia, agradezco a la Institución Educativa Julio César García que me vio graduarme de bachillerato y a todos sus integrantes, luego a la Institución Universitaria Pascual Bravo que es el medio con el que cumpliré mi próxima meta, le doy las gracias a mi asesora Luz Arley Espinosa Moreno que es una persona íntegra que no me dejó desistir.

CONTENIDO

RESUMEN	9
INTRODUCCIÓN	10
1. PLATAFORMA ESTRATÉGICA	11
OBJETIVO GENERAL	11
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
2. MÓDULO DE MERCADO.....	13
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
2.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	15
ORIGEN DEL BRAILLE	15
¿EN QUÉ CONSISTE EL SISTEMA BRAILLE?	16
2.3 ANÁLISIS DEL SECTOR	20
ECONOMÍA.....	21
DESARROLLO TECNOLÓGICO	22
2.4 ANÁLISIS DEL MERCADO	23
PERFIL DEL CONSUMIDOR	23
2.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	24
3. ESTRATEGIAS DE MERCADO	24
3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO.....	24
3.1.1 DESCRIPCIÓN BÁSICA	25
3.1.2 ESPECIFICACIONES O CARACTERÍSTICAS.....	25
ESTAMPADO.....	25
TIPOS DE ESTAMPADO	27
3.1.3 PARA QUE SE USA DEL PRODUCTO.....	29
3.1.4 DISEÑO.....	30
3.2 Distribución:.....	33
4. MÓDULO OPERATIVO.....	47
4.1 OPERACIÓN.....	47
FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	47
4.2 Plan de Compras.....	49
4.3 Costos de Producción	49
4.4 Infraestructura	49
5. MÓDULO ORGANIZACIONAL.....	49
5.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL.....	49
5.2 Estructura Organizacional	51
5.3 Aspectos Legales	52
5.4 Costos Administrativos	52
6. MÓDULO FINANCIERO.....	53
7. PLAN OPERATIVO	54
CIBERGRAFÍA.....	55

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Mapa conceptual	14
Figura 2 Dimensiones entre celdas de Braille	17
Figura 3 Numeración en Braille	18
Figura 4 Alfabeto en Braille	18
Figura 5 Lectura de Braille	19
Figura 6 Borrador camisetas	30
Figura 7 Camisetas estampadas	30
Figura 8 Etiqueta marca	31
Figura 9 Marca etiquetado	31
Figura 10 Encuesta sobre el Sistema Braille.....	36
Figura 11 Encuesta segunda parte	36

GLOSARIO

DISEÑO: actividad creativa donde se proyectan objetos útiles o estéticos

ESTAMPACIÓN: impresión con molde, dibujo o letras en una tela o papel

ESTAMPADO EN PUFF: es un producto de alto relieve, aporta realce, volumen y realismo a su diseño, usado para tonos de camisetas oscuras y claras

FIBRAS: filamento que constituye un tejido, como la tela

HILO: hebra larga y delgada de una materia textil, especialmente la que se usa para coser

INVIDENTE: que no ve por estar privados del sentido de la vista

INCLUSIÓN SOCIAL: todos los ciudadanos sin excepción, puedan ejercer sus derechos y llevar una vida como cualquier ser humano

MOLDERÍA: es el diseño trasladado al plano, luego de realizar los moldes necesarios para cada prenda, se trasladan al material, el mismo se corta, y se ensambla para generar el prototipo. El objetivo fundamental es vestir cuerpos humanos

SISTEMA BRAILLE: el inventor de dicho sistema fue Louis Braille (1809- 1852) Cuando a la joven edad de 15 años por un accidente quedó ciego. El sistema Braille es un alfabeto especialmente ideado para los Invidentes, consta de un sistema de lectura y escritura por medio de puntos

PRENDAS: partes que componen una prenda, camisa, vestido, chaleco, entre otros, de hombre o mujer

PATRONAJE: desarrollo de las partes en un diseño de la prenda

PRODUCTO: cosa producida natural o artificial

TELA: lámina flexible compuesta por muchos hilos que se entrecruzan de manera regular y alternativa en toda la longitud. Las telas pueden ser obras tejidas en telar, o aquellas semejantes que se encuentran formadas por series alineadas de puntos o lazadas hechas con un mismo hilo

RESUMEN

Un proyecto basado en la inclusión social, involucrando el tema textil y el Sistema Braille, diseñando prendas superiores, como lo son las camisetas. Por medio de éstas, brindar seguridad e independencia a la hora de las personas con discapacidad visual hacer su compra, dándose a la idea de que prendas van a utilizar por el medio de lectura táctil, que estará estampado en la prenda con relieves, para lograr una mejor experiencia.

ABSTRACT

A project based on social inclusion, involving the textile theme and the Braille System, designing superior garments, such as t-shirts. Through these, provide security and independence to people with visually impaired make their purchase, giving themselves to the idea of what garments will be used by the tactile reading medium, which will be stamped on the garment with reliefs, for a better experience.

INTRODUCCIÒN

Con este proyecto se busca lograr el tema de la inclusión social en las prendas de vestir, en este caso, prendas superiores como lo son las camisetas, con un estampado en sistema Braille, logrando así que por medio de su lectura en relieves, las personas con discapacidad visual puedan saber qué tipo de prendas van a utilizar como el tipo de fibra, el color, diseño, calidad, entre otros, y por otro lado llevar textos o las características físicas del usuario. De esta manera lograr una independencia a la hora de hacer su compra y de interactuar con los demás.

1. PLATAFORMA ESTRATÉGICA

1.1 MISIÓN

Es una marca de calidad, con sentido social, es única en la modalidad de braille, ofreciendo productos pensadas para las personas con condiciones especiales, como lo es la discapacidad visual, haciendo prendas con amor.

1.2 VISIÓN

Ser una marca reconocida a nivel nacional e internacional, por sus productos de inclusión social y buena calidad

1.3 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar camisetas con sistema Braille para las personas con discapacidad visual

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Investigar y actualizar conocimientos acerca del sistema braille y la inclusión en la moda.

Crear productos con la mejor calidad.

Integrar procesos intermedios: investigación, creación, estampación, corte y confección.

Diseñar prendas superiores de hombre y de dama.

1.4 VALORES CORPORATIVOS

AMOR: el esmero y las ganas con las que se realizan las prendas, para que su consumidor se sienta cómodo vistiendo la marca.

CALIDAD: lograr en el consumidor una buena percepción de la elaboración del producto y su buena terminación.

LIBERTAD: brindar seguridad y motivación, ya que con la marca se busca independizar al individuo.

ORIGINALIDAD: lograr con las prendas un toque único y agradable, con el que se exprese los gustos de los consumidores.

RESPECTO: el respeto es una base fundamental y muy importante en la comunicación e interacción con los clientes.

RESPONSABILIDAD: cumplir con los requisitos del cliente desde la elaboración hasta la entrega.

SEGURIDAD: conectar al consumidor con la marca y así lograr que estén en su zona de confort.

2. MODULO DE MERCADO

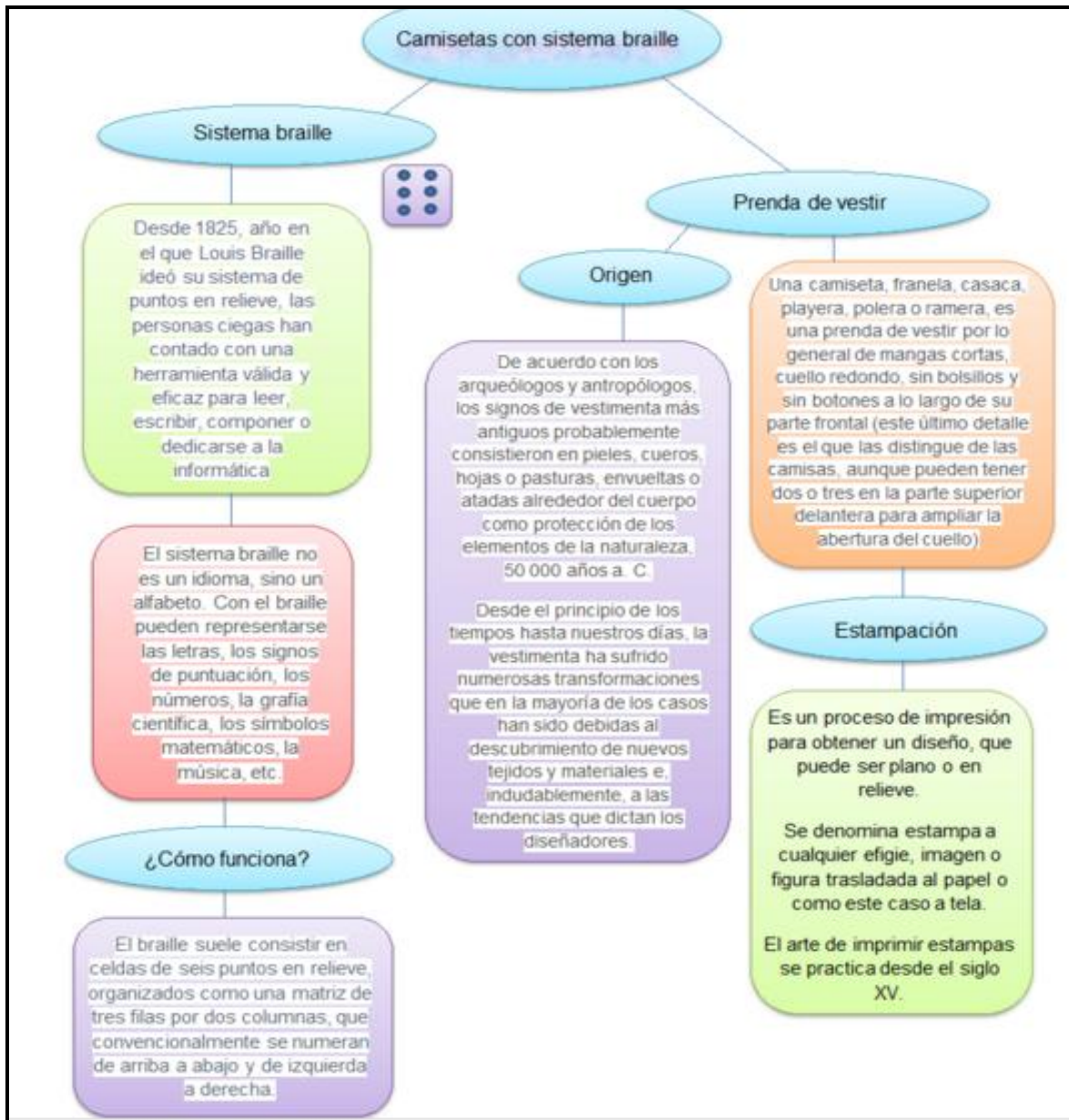
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Colombia hay 1.14 millones de personas con discapacidad visual, esto equivale a 43.5% de discapacitados en el país, según el DANE. Esto lleva a buscar soluciones o estrategias pensando en los demás, desde la parte textil y de moda, implementando a la indumentaria un sistema de lectura táctil.

El proyecto está pensado para las personas con discapacidad visual, con esto logramos que tengan independencia a la hora de comprar y utilizar una prenda, ya que ésta tendrá un sistema en el que podrán leer y así decidir y escoger prendas para utilizarlas, con el gusto específico de cada individuo.

Las prendas superiores, que son camisetas, van desde la talla s hasta la xl, para hombre y para mujer, entre los 20 y 25 años de edad.

Figura 1 Mapa conceptual



Fuente: propia

2.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.

Siempre ha existido la discapacidad visual, ya sea adquirido previo al nacimiento, durante el nacimiento o posterior al nacimiento.

Anteriormente nadie hacía nada por satisfacer ciertas necesidades para las personas con diferentes discapacidades. Últimamente todo ha venido cambiando y han notado la importancia de la inclusión en nuestra sociedad, educando desde pequeños a los niños para ir cambiando la mentalidad y fomentando un poco el sentir del otro.

Si a éste problema no se le buscan soluciones, estas personas serían siempre dependientes y se estarían violando los derechos fundamentales de los individuos que padecen dicha discapacidad, como el derecho a la igualdad y a tener una vida digna, gozando de todos los beneficios como cualquier ciudadano.

ORIGEN DEL BRAILLE

El año 1825, Louis Braille, un francés ciego tras un accidente en su niñez, se interesó en un sistema utilizado en unidades militares y que transmitía instrucciones mediante un código táctil a descifrar basado en puntos en relieve, con la idea de esconderlas del enemigo.

De entonces 13 años, Louis Braille se dedicó a simplificarlo, adaptándolo a las capacidades y necesidades de las personas ciegas, que lo utilizan no sólo para leer, sino también para escribir y realizarse en diferentes áreas del conocimiento.

¿EN QUÉ CONSISTE EL SISTEMA BRAILLE?

El sistema Braille utiliza una serie de puntos en relieve que se interpretan como letras del alfabeto y es utilizado por las personas invidentes que aprendieron el método. La existencia del Braille, les abre todo un mundo a quienes poseen serias discapacidades visuales y, por si fuera poco, la tecnología integró el Braille a gadgets modernos.

El sistema Braille se basa en seis puntos que se distribuyen de diferentes formas, cayendo dentro de lo que se considera un sistema binario. No se trata de un idioma, sino que de un alfabeto reconocido de forma internacional, capaz de exponer letras, números y hasta signos, lo que le hace realmente completo.

En total, existen 256 caracteres en braille, muchos de los cuales deben su significado al que le antecede o sigue. Incluso existe una traducción de las notas musicales al Braille.

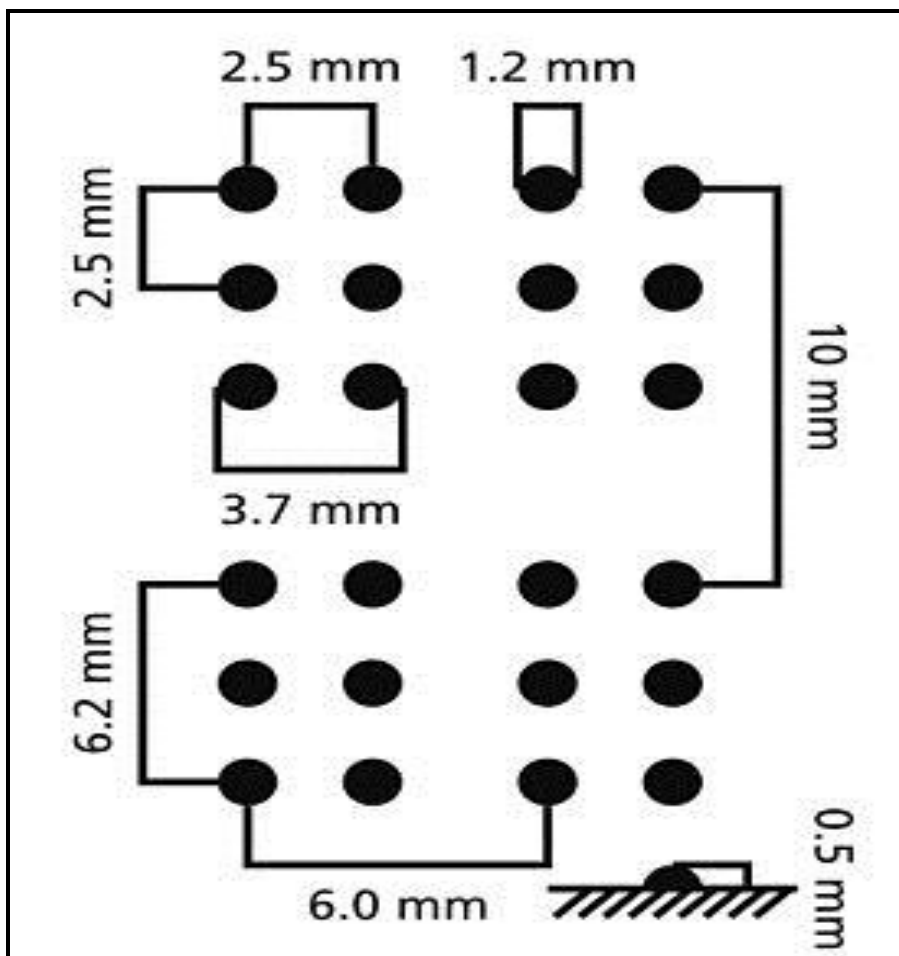
Cada carácter está basado en seis puntos que se ordenan en dos hileras paralelas de tres. Según lo que quiera representar, ciertos puntos están en relieve y, al tocarlos, quien sabe interpretar Braille detecta a qué letra, número o signo corresponde.

Si bien el Braille es un alfabeto universal, existen pequeñas variaciones en cada idioma, añadiendo letras o reemplazándolas por otras, propias de cierta lengua. Alfabetos como el japonés y chino, combinan sonidos en caracteres braille, ya que de por si se basan en símbolos.

La masificación del Braille es tal que hoy podemos encontrar escritura Braille no sólo en textos creados para gente invidente, sino que también en billetes y ascensores. Las personas ciegas disponen de computadoras con teclados en braille, teléfonos móviles e impresoras, que transforman un texto a dicho alfabeto.

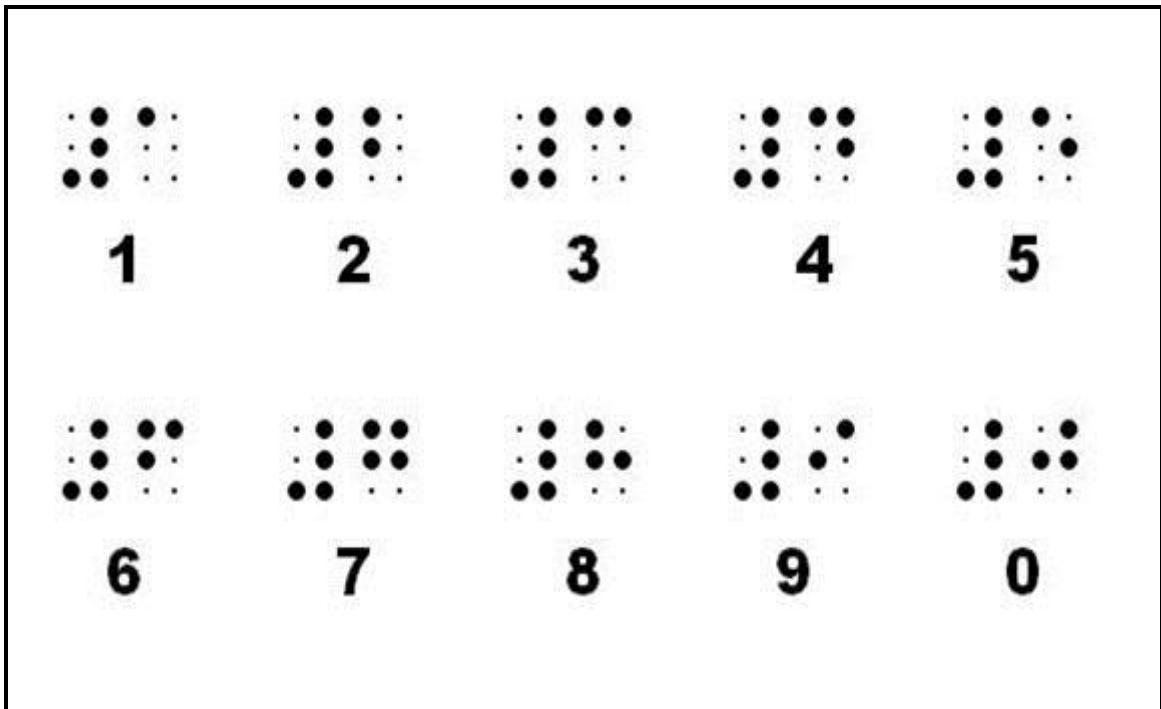
La enseñanza del braille comienza desde muy temprana edad entre quienes nacieron ciegos y, los que se volvieron invidentes ya mayores, son capaces de aprenderlo rápidamente, siendo quizá la puerta de comunicación desde y para el mundo más importante, reemplazando el sentido de la vista con el del tacto de forma inteligente y ordenada.

Figura 2 Dimensiones entre celdas de Braille



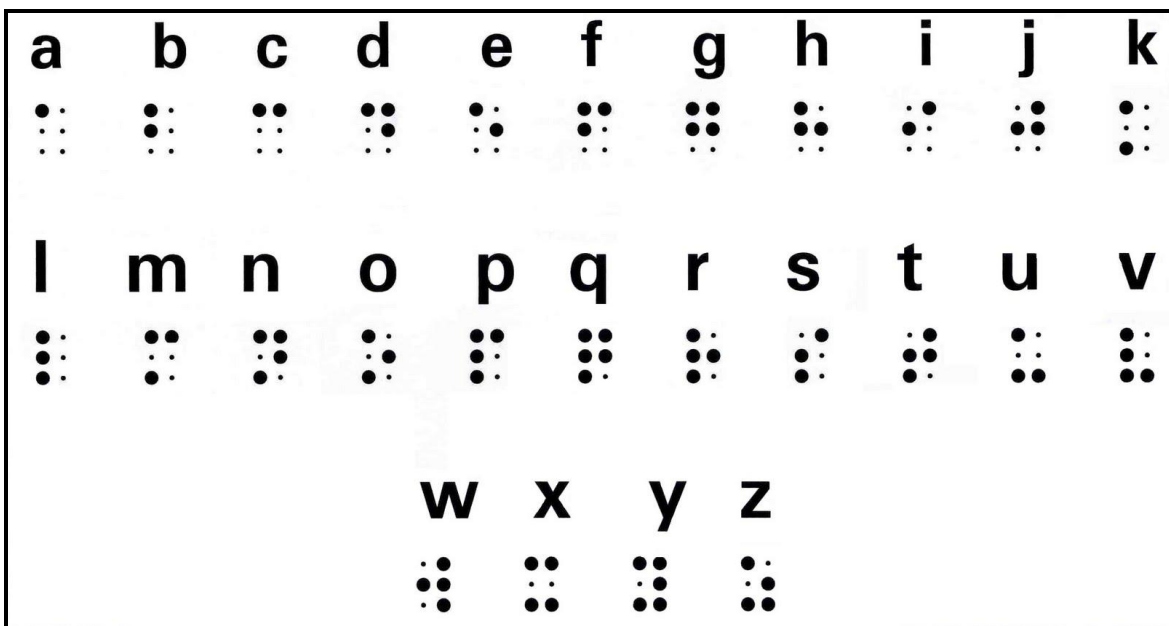
Fuente: tomada desde internet

Figura 3 Numeración en Braille



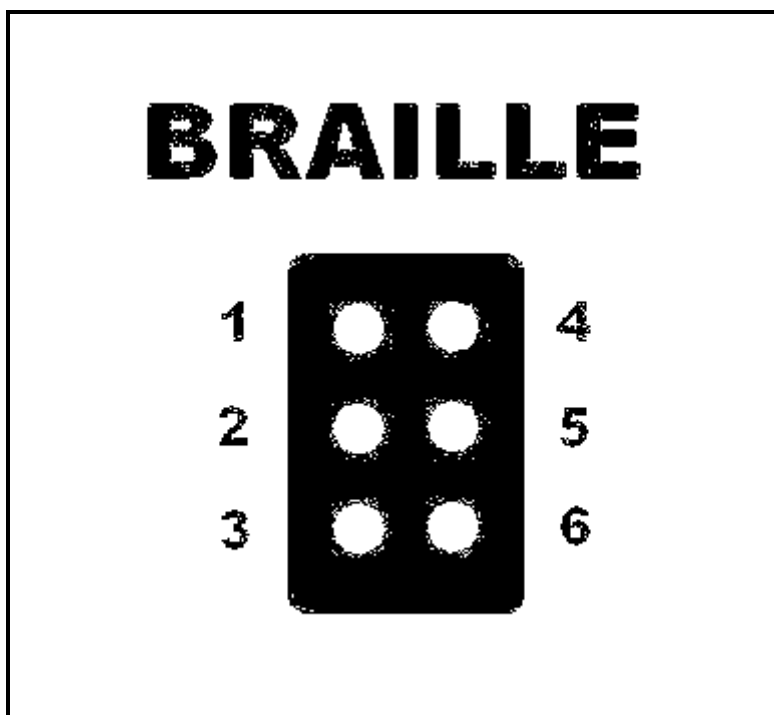
Fuente: tomada desde internet

Figura 4 Alfabeto en Braille



Fuente: tomada desde internet

Figura 5 Lectura de Braille



Fuente: tomada desde internet

2.3 ANÁLISIS DEL SECTOR

El Municipio de Medellín, está localizado en el Valle de Aburrá, en el centro del Departamento de Antioquia. Junto con otros nueve municipios conforma el Área Metropolitana. El territorio municipal asciende a 37.621 hectáreas y está compuesto por 10.210 de suelo urbano (27,1% del total), 401 ha. De áreas de expansión urbana (1,1%) y 27.010 ha. de suelo rural (71,8%), de acuerdo con la clasificación del suelo definida en el Plan de Ordenamiento Territorial.

Su población es de 2.780.636 habitantes.

Población de 15 a 49 años de edad La población de este grupo de edad en el año 1993 era de 1.044.526 personas, que representaban el 56.93% de la población total, distribuido en 4747.043 hombres y 567.483 mujeres. En el 2.005 se contaba con un total de 1.372.714 personas de éstos el 45.03 % son hombres y 54.97% son mujeres. En el 2020 se incrementarán en 98.675 personas discriminadas en 672.616 hombres y 798.773 mujeres. Con un incremento promedio anual de 6.578 personas para el período 2005 - 2020.

El clima es templado y húmedo, con una temperatura promedio de 22°C. El apelativo «ciudad de la eterna primavera» proviene de la fama de un clima bastante uniforme durante todo el año, con unas pocas variaciones de temperatura entre diciembre y enero y entre junio y julio, las temporadas más secas y cálidas del año.

ECONOMÍA

Solidez de la economía colombiana

En el plano internacional, como lo anotamos anteriormente, el año 2016 podría clasificarse como un año de alta incertidumbre económica y política, fuerte volatilidad de los mercados y desaceleración económica. En efecto, el crecimiento mundial se ha venido desacelerando de tasas de 5.4% en 2010 y 4.2% en 2011, a niveles que superan ligeramente el 3% en los últimos dos años.

Esta tendencia también se presenta en América Latina, donde, sin embargo, los cambios son de mayor magnitud. Mientras a principios de la década, la región crecía a tasas de 6.2% (2010) y 4.5% (2011), en los años recientes encontramos contracciones del PIB para los años 2015 y 2016: -0.5% y -1.1%, respectivamente, de acuerdo con estimaciones de la CEPAL.

En este contexto de desaceleración, las cifras colombianas son exitosas. A pesar de las dificultades que atravesó el país en el 2016, Colombia terminará el año con una tasa de crecimiento que bordea el 2%.

Incluso en una perspectiva más amplia la trayectoria de crecimiento de la economía colombiana supera la de la economía mundial y la de América Latina como puede observarse en el siguiente gráfico que ilustra los crecimientos de estas 3 regiones en los últimos 15 años.

En el 2016 nuevamente se ha puesto a prueba la solidez de la economía colombiana y podemos decir que logramos enfrentar con éxito este reto. Las transformaciones en lo económico, político y social, que el país ha registrado en los últimos años nos permitieron mantener nuestra posición como una economía promisorio entre las economías emergentes.

A pesar de un leve retroceso frente a años anteriores, las cifras económicas ilustran esta afirmación si consideramos una perspectiva amplia. El PIB colombiano es de US\$ 270,000, con un PIB per cápita superior a US\$5.500, una inversión que se acerca al 30% del PIB y unos indicadores sociales con importantes avances. Hoy, tenemos una tasa de desempleo de un dígito, cuando hace pocos años persistentemente hablamos de niveles del 20%; un

índice de pobreza que se redujo del 55% a menos del 30%; contamos con una cobertura casi universal en salud, y, en educación estamos mejorando en las pruebas PISA.

DESARROLLO TECNOLÓGICO

La ciudad es espacio para la producción tecnológica en sectores como maquinaria y equipos electromecánicos y electrodomésticos, electrónica, repuestos, partes, telecomunicaciones y software. También prosiguen avances en la producción de equipos científicos de laboratorio y médicos, y en la investigación y producción de tecnología biológica molecular y afine, para aplicaciones tanto humanas como agropecuarias.

Como un ejemplo de aplicación tecnológica, si bien los principales elementos de tecnología del Metro de Medellín fueron importados de Alemania, Francia y España, muchas partes y ensamblajes fueron fabricados con manufactura local.

Un ejemplo de la competitividad de la ciudad en el ámbito tecnológico es el proyecto "Ruta N," un centro de innovación y negocios de la Alcaldía de Medellín, que potencia nuevos negocios basados en el conocimiento, con participación internacional, a través del fomento, desarrollo y fortalecimiento del ecosistema de la ciencia, la tecnología y la innovación. Un gran logro que atestigua el empeño que se ha puesto en este proyecto es la apertura, en "Ruta N", del Centro Global de Servicios para Latinoamérica de la multinacional Hewlett Packard.

Año Corrido enero – marzo 2017 / enero - marzo 2016

Valor de las importaciones subió un leve 0,3 por ciento interanual en el primer mes del año, el de las exportaciones aumentó un 39,9 por ciento.

En lo corrido del año hasta marzo 2017, las exportaciones colombianas registraron una variación de 31,4% al pasar de US\$6.554,8 millones FOB en 2016 a US\$8.611,1 millones FOB en 2017. En lo corrido del año hasta marzo de 2016 la variación fue de -31,3%.

Tendencia a mediano y largo plazo, ya que poco a poco van educando a las personas y dando conciencia de la problemática que muchos viven día con día y con sus discapacidades.

2.4 ANÁLISIS DEL MERCADO

Mercado de bienes duraderos como lo son prendas de vestir.

Estas prendas serán elaboradas para personas con discapacidad visual, con un texto en sistema braille estampado.

Los consumidores serán aquellas personas que tienen discapacidad visual, ya sea de nacimiento o por pérdida progresiva de este sentido. También la familia, amigos y demás que los rodean, brindando así la dependencia del individuo y la comunicación entre todos.

PERFIL DEL CONSUMIDOR

Sexo: hombre- mujer.

Edad: 20 a 25 años.

Estado marital: solteros.

Educación: secundaria, universidad.

Ocupación: estudiante.

Necesidad: prendas de vestir.

Interés: productos de calidad y comodidad.

Religión: católica-cristiana.

Clase social: media.

Ambiente: deportivo-casual.

Personalidad: introvertido, pasivo, soñador.

Actividades: mantienen gran parte de su tiempo en familia, amigos, ya que dependen de los demás, o con su mascota.

2.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Competencia

En este momento no se encuentran marcas textiles con esta misma característica del tema de la inclusión social, como el sistema braille en las prendas de vestir.

3. ESTRATEGIAS DE MERCADO

3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO

El producto se dará a conocer por campañas educativas, que no solo sea un producto igual al resto, sino que sea una forma de entender al otro y ayudarlos a sentirse cómodos.

El producto cuando ya no se utilice, se reciclará, ya sea para hacer cualquier tipo de accesorio para el hogar, o inclusive para donarlo a personas sin recursos.

3.1.1 DESCRIPCIÓN BÁSICA

Prendas superiores, como lo son las camisetas, construidas en un material llamado poliéster algodón lycra, que será estampado con puff en la parte del pecho para la prenda masculina y en la parte inferior en la prenda femenina. Son camisetas amplias para mayor comodidad y frescura.

3.1.2 ESPECIFICACIONES O CARACTERÍSTICAS

Las prendas serán estampadas con puff, con las características de la misma, como la talla, y la información de la prenda. Se harán prendas personalizadas, con el nombre del consumidor, las características físicas, entre otras cosas pedidas por el cliente, también el estampado llevará frases de motivación. El tallaje viene desde la talla s, hasta la talla xl.

ESTAMPADO

ORIGEN

El deseo de agregar color y diseño a los materiales textiles es casi tan antiguo como la humanidad. Las primeras civilizaciones usaron el color y diseño para distinguirse y separarse de los demás. El estampado textil es la más importante y versátil de las técnicas usadas para agregar diseño, color y especialidad a las telas. Puede considerarse como una técnica que combina arte, ingeniería, y

tecnología de teñido para producir imágenes que solamente existían en la imaginación del diseñador textil. El estampado textil puede ser considerado como un teñido localizado. En tiempos antiguos, el hombre usó estos diseños e imágenes principalmente para telas para vestir, pero en el mercado actual el estampado de textiles es muy importante para telas de tapicería, el hogar (sábanas, toallas, cortinas) tapetes, alfombras y otros usos. El origen del estampado textil es difícil de determinar. Sin embargo algunas de las primeras civilizaciones desarrollaron varias técnicas para estampar color y diseño en prendas. El Batik es un arte moderno para desarrollar patrones de teñido únicos muy similares al estampado textil. El Batik se caracteriza por patrones únicos y combinaciones de color así como la apariencia de líneas fracturadas debido al craquelado de la cera durante el proceso de teñido. La palabra Batik se deriva del término Japonés “Ambatik,” que significa “retocar,” “escribir” o “dibujar.” En Egipto, registros de 23 a 79 DC describen una técnica en cera similar al batik. Los antiguos egipcios también usaron diseños con tintas grabadas en los extremos de cilindros de madera para estampar en telas alrededor de los 400 DC. En Europa las primeras evidencias del estampado textil se encontraron en un bloque de Madera descubierto en Francia y data de los finales del siglo XIV. La familia llamada “Tuchdruckers” o “estampadores textiles” fue bien conocida en Alemania por los 1440. En los Estados Unidos se practicó el estampado con bloques de madera en Massachusetts, Nueva Jersey y Pensilvania por los 1770. Un tremendo descubrimiento ocurrió en 1783 cuando James Bell, un escocés inventó un rodillo grabado para estampar. El desarrollo del estampado en pantalla empezó en Japón a mitades del siglo XVII. Un desarrollo temprano involucró el uso de estenciles con diseño sostenidos con hilos de seda muy finos o inclusive cabellos humanos. Los diseños yacían en las telas y el color se aplicaba solamente en las áreas que no tenían diseño. Ya que los hilos de seda eran tan finos no se apreciaban en el diseño final de la tela. La técnica japonesa se llevó a Francia donde se desarrolló una pantalla plana más moderna, inicialmente usando seda estirada en un marco de madera. Antes de discutir en detalle métodos de estampado en textiles más modernos debemos cubrir información más específica. Las propiedades de las fibras, hilos y la construcción de la tela así como las

características de las telas estampadas finales tienen un impacto en el estampado textil.

TIPOS DE ESTAMPADO

SERIGRAFÍA TEXTIL

Esta es una técnica que permite reproducir imágenes que consiste en pasar tinta a través de un tejido especial, este debe estar montado en un bastidor de madera o aluminio. Su uso permite que el estampado sea muy durable y resistente en cada lavada. Los estampados puede hacerse en prácticamente en cualquier tamaño y tipos de telas, la gama de colores a usar es muy amplia, se dice que bien aplicada la serigrafía textil es todo un arte.

El sublimado textil es un proceso en el que la tinta con la que se plasman los diseños en la tela pase de estado sólido a gaseoso (sin pasar por el estado líquido), en ese estado es cuando penetra en los tejidos y se fija de forma permanentemente.

Bien usada ésta técnica sobre el tipo de fibras específicas para esta técnica (como prendas blancas 100 % poliéster), el diseño no se deslavará ni perderá intensidad, además de que no sufrirá cuarteaduras por no ser una plasta sobre la tela, no pesa, no se siente al tacto, etc.

VINILO TEXTIL

Este tipo de estampación también conocida como termo impresión. Para esta se emplea una capa muy fina de vinilo de gran resistencia, durabilidad y calidad, lo que le da una ventaja grande, ya que soporta una gran cantidad lavadas sin que se deteriore, lo que lo hace muy recomendable para uniformes de trabajo y uniformes para deportistas.

Una de las desventajas es que el uso de limitado de colores en una misma composición, no se pueden usar degradados solo plastas, los diseños demasiado pequeños, como líneas delgadas o textos no son recomendables e irónicamente no se puede imprimir en cantidades tan grandes.

Los sustratos para impresión ideales son algodón o fibra sintética. Por último el diseño o salida digital tiene que ser vectorizadas ya que las láminas de vinilo se cortan con plotter.

TRANSFER TEXTIL

Es un tipo de vinilo de impresión, con la diferencia que este sí se puede personalizar y se puede imprimir en mayor cantidad, es bastante rápida y su costo se ha vuelto muy accesible.

Se puede plasmar cualquier tipo de imagen, colores, reproducir pantones, fotografías a todo color, sobre prendas de colores oscuros sin perder la calidad o luz los colores claros y son bastante resistentes a las lavadas, aunque no tanto como la serigrafía o vinilo textil.

Una desventaja de esta técnica es que se puede llegar a grietar con las lavadas y más si se lava con agua caliente y se hace transpirar, cosa que a nadie le agrada desde luego

TAMPOGRAFÍA

Esta es una técnica de impresión por transferencia, consistente en transferir mediante un tampón, la imagen grabada en una placa ó cliché a un artículo promocional que se desee imprimir.

Este tipo de impresión es uno de los más usados para artículos promocionales y adecuado para casi todas las superficies, formas o tamaños, desde grande y pequeños, con formas redondas, cóncavas, convexas, cuadradas, con mezcla de ángulos y con superficies con texturas variadas y en gran variedad de colores.

ESTAMPADO EN PUFF

PUFF. Es un producto de alto relieve, aporta realce, volumen y realismo a su diseño, usado para tonos de camisetas oscuras y claras.

Estampar en prendas de algodón y polyalgodón, no recomendamos sobre poliéster y lycras.

La temperatura es de 380°F ó 175°C. Recomendamos usar estampadora electrónica para reducir al mínimo el margen de riesgo.

A una presión normal, si no tiene la suficiente adherencia al tejido haga pequeños ajustes de presión a su plancha.

Tiempo de transferencia 5 segundos. (Optimizado el tiempo y consumo de luz al 50%, con relación a los productos tradicionales).

Retirar el papel de inmediato en caliente, no deje enfriar ni frote con borradores o franelas.

Sin embargo la mejor recomendación es que haga sus propias evaluaciones, debido a que la fabricación de las planchas estampadoras son distintas.

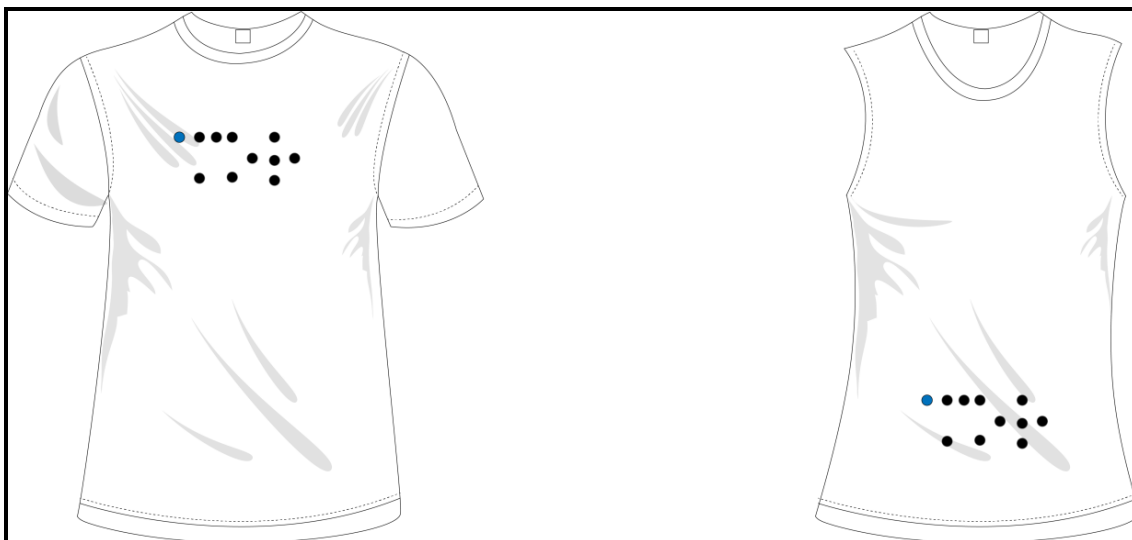
LAVADO.- Para mayor duración del producto PUFF lavar la prenda a mano y con jabón suave.

3.1.3 PARA QUE SE USA DEL PRODUCTO.

Este producto está pensado para aquellas personas que su lectura es táctil y así brindarles seguridad y confianza a la hora de adquirir una prenda, siendo independientes.

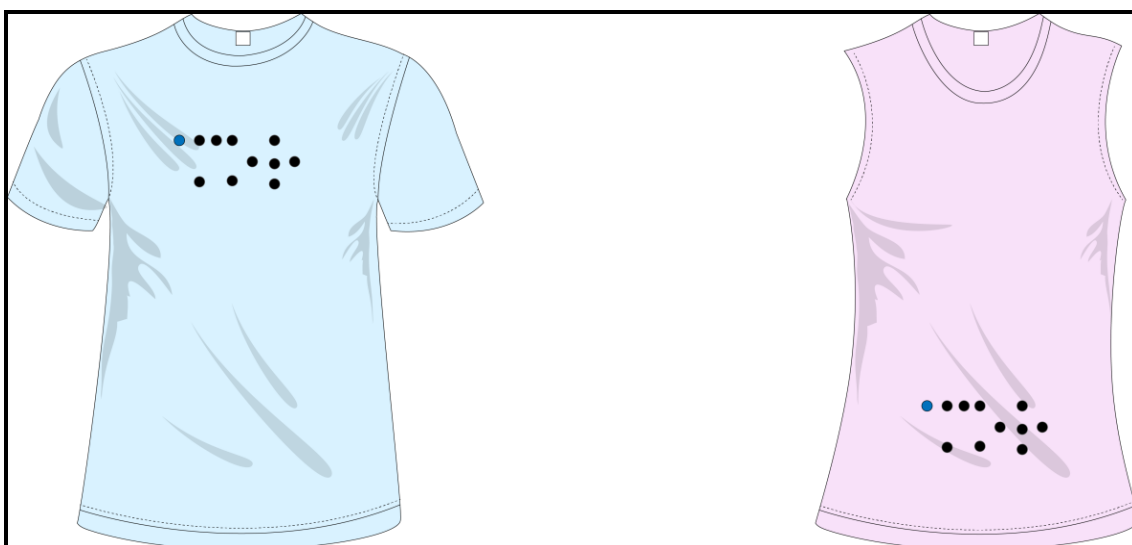
3.1.4 DISEÑO

Figura 6 Borrador camisetas



Fuente: Propia

Figura 7 Camisetas estampadas



Fuente: Propia

Figura 8 Etiqueta marca



Autoría: propia

Figura 9 Marca etiquetado



Autoría: Propia

3.1.5 CALIDAD

Desde la compra de la tela, los hilos, la maquinaria y su elaboración tendrán la mejor calidad de los insumos.

3.1.6 EMPAQUE

Bolsa en politex. Luego al mirar si es cliente fijo se le obsequia una nueva bolsa con estampado en relieve de su nombre

3.1.7 EMBALAJE

Los productos serán empacados en bolsas plásticas, seguido de film plástico y cartón con final de envoltura

3.1.8 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE SU PRODUCTO O SERVICIO FRENTE A LA COMPETENCIA FORTALEZAS

Buen trabajo en equipo
Productos de excelente calidad
Productos con bajo costo
Organización en diferentes sectores
Innovación
Inclusión social

3.1.9 MATERIA PRIMA QUE UTILIZA EN EL PRODUCTO.

Para la creación y elaboración de las camisetas se debe contar con:

Tela-poliéster algodón lycra.
Puff-estampado

Hilos-confección

Hiladilla-confección

Politex- bolsa empaque

Bolsa plástica-embalaje

Film plástico-embalaje

Cajas cartón embalaje

3.2 DISTRIBUCIÓN:

3.2.1 QUE CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Venta directa, por medio de un punto de venta, a minoristas, o mayoristas

3.2.2 MÉTODOS DE DESPACHO Y TRANSPORTE.

-Directa por parte del fabricante

-El cliente recoge en la empresa.

Se utilizan ambas para lograr más eficiencia con las entregas

3.2.3 COSTOS DEL TRANSPORTE Y SEGUROS

Transportadora	Kg/unidad	regional	local	nacional	zonal
Coordinadora	Kilo inicial	4550	3750	8450	10900
Servientrega	Kilo inicial	6600	4500	10900	7700
Envía	Kilo inicial	4800	4200	8600	8800
Saferbo	Kilo inicial	4990	3900	8700	11000

3.2.4 POLÍTICA DE INVENTARIO DE PRODUCTO TERMINADO

PP: primeros en entrar, primeros en salir.

PEPS; Método de valuación de inventarios

Existen dos sistemas de inventarios: El sistema periódico y el sistema permanente. Cuando la empresa utiliza el sistema permanente, debe recurrir a diferentes métodos de valuación de inventarios, entre los que tenemos el Método Peps, Método Ueps, Método del promedio ponderado y Método retail, siendo estos los más utilizados y más desarrollados.

Método de primeras en entrar primeras en salir (PEPS).

Este método consiste básicamente en darle salida del inventario a aquellos productos que se adquirieron primero, por lo que en los inventarios quedarán aquellos productos comprados más recientemente.

En cualquiera de los métodos las compras no tienen gran importancia, puesto que estas ingresan al inventario por el valor de compra y no requiere procedimiento especial alguno.

En el caso de existir devoluciones de compras, esta se hace por el valor que se compró al momento de la operación, es decir se la de salida del inventario por el valor pagado en la compra.

Si lo que se devuelve es un producto vendido a un cliente, este se ingresa al inventario nuevamente por el valor en que se vendió, pues se supone que cuando se hizo la venta, esos productos se les asigno un costo de salida según el método de valuación de inventarios manejado por la empresa.

PRIMERAS ENTRADAS, PRIMERAS SALIDAS (PEPS)								
Fecha	Entradas			Salidas			Inventario	
	Unidades	Costo unitario	Costo total	Unidades	Precio unitario	Valor	Unidades	Valor
15/12/97	400	\$ 10	\$ 4,000				400	\$ 4,000
20/01/98				50	\$ 10.00	\$ 500	350	\$ 3,500
11/02/98				50	\$ 10.00	\$ 500	300	\$ 3,000
26/02/98	100	\$ 12	\$ 1,200				400	\$ 4,200
08/04/98				50	\$ 10.00	\$ 500	350	\$ 3,700
23/06/98				50	\$ 10.00	\$ 500	300	\$ 3,200
11/08/98	200	\$ 15	\$ 3,000				500	\$ 6,200
02/09/98				150	\$ 10.00	\$ 1,500	350	\$ 4,700
14/10/98				50	\$ 10.00	\$ 500	300	\$ 4,200
				50	\$ 12.00	\$ 600	250	\$ 3,600
22/10/98	200	\$ 15	\$ 3,000				450	\$ 6,600
09/12/98				50	\$ 12.00	\$ 600	400	\$ 6,000
TOTALES			\$ 11,200			\$ 5,200		\$ 6,000

3.3 PRECIOS:

3.3.1 ANÁLISIS DEL PRECIO

Figura 10 Encuesta sobre el Sistema Braille

Camisetas con sistema Braille

***Obligatorio**

Edad: *
Elige el rango de edad en el que se encuentre

Sabe usted, ¿Qué es el sistema Braille? *

Si
 No

¿Tiene usted algún familiar invidente? *

Si
 No

¿Le gusta las prendas en algodón? *

Si
 No

¿Le gusta las prendas estampadas? *

Si
 No

Fuente: Propia

Figura 11 Encuesta segunda parte

¿Prefiere prendas con pedrería, en vez de estampado? *

Si
 No

Qué colores le gusta más: *

¿Compraría una camiseta con sistema Braille? *

Si
 No

Qué rango de precios estaría dispuesto/a a pagar, por una prenda con éste sistema: *

¿Informaría a sus amigos sobre la existencia de estas prendas? *

Si
 No

Fuente: Propia

Tela: poliéster algodón lycra \$8.000 metro

Estampación: \$1.800 por unidad

Confección: \$3.000

Hilo: \$1.000

Nylon: \$1.000

Transporte a proceso: \$4.000

Lavado: \$1.900 por unidad

Servicios: \$1.200

3.3.2 PRECIO DE LANZAMIENTO

El precio de la prenda será entre \$28.000 y \$35.000

3.3.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

(Costos fijos/ (1-costos variables/ingresos)), unidades (costos fijos/precio de venta - costo variable) (margen de contribución)

Costos fijos: arriendo 30% del mínimo 221.315

Servicios:

Gastos administrativos:

Transporte:

Seguridad social:

Salario mío

Mantenimiento

Papelería:

Impuestos:

Por medio del estudio y de las encuestas realizadas, llegué a la conclusión que las personas estarían dispuestas a pagar por cada prenda, entre \$40.000 - \$60.000.

También en que las personas que no tienen ésta discapacidad, las comprarían y utilizarían normalmente, para apoyar la causa

Costos variables: caja menor

Insumos

Materia prima

Banco

Gastos generales

DEPRECIACIÓN: En el ámbito de la contabilidad y economía, el término depreciación se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez. También se le puede llamar a estos tres tipos de depreciación; depreciación física, funcional y también obsolescencia.

3.3.4 CONDICIONES DE PAGO

Pronto pago en efectivo

3.3.5 IMPUESTO A LAS VENTAS

Nuestra empresa pertenece al régimen simplificado.

Pertencen al régimen simplificado del Impuesto a las ventas las Personas naturales comerciantes y artesanos que sean minoristas o detallistas; los agricultores y ganaderos, que realicen operaciones gravadas, así como quienes presten servicios gravados, siempre y cuando cumplan con los requisitos y condiciones establecidas en el artículo 499 del Estatuto tributario, que ha sido modificado por el artículo 195 de la ley 1819 de 2016.

3.3.6 ESTRATEGIAS A UTILIZAR FRENTE A UNA GUERRA DE PRECIOS

Basado en lo que los clientes estarían dispuestos a pagar y coste del producto, con anterioridad se muestra una encuesta, que arroja resultados entre \$40.000 y \$60.000, por producto o prenda de vestir, tomando en cuenta el coste

Tela: poliéster algodón lycra \$8.000 metro

Estampación: \$1.800 por unidad

Confección: \$3.000

Hilo: \$1.000

Nylon: \$1.000

Transporte a proceso: \$4.000

Lavado: \$1.900 por unidad

Servicios: \$1.200

3.3.7 MÉTODO UTILIZADO PARA LA DEFINICIÓN DEL PRECIO.

Método de fijación de precio. Precio objetivo

3.4 PROMOCIÓN:

3.4.1 DESCUENTOS POR VOLUMEN

Se hará descuento en la próxima prenda y al llevar un registro en la base de datos, mirar a la cuarta compra que cantidad lleva y dar uno de los productos gratis o a mitad de precio.

3.4.2 MANEJO DE CLIENTES ESPECIALES

Los clientes especiales reciben cada dos meses bonos de descuento en la próxima prenda a llevar y una asesoría para la prenda personalizada que vaya a diseñar.

3.4.3 COSTO DE LA PROMOCIÓN DE LANZAMIENTO

ESTRATEGIAS DE PAUTAS Y MEDIOS PUBLICITARIOS

En nuestra marca **JTAO** queremos darnos a conocer en la ciudad de Medellín mediante una variedad de pautas que llevarán cada estrategia en diferentes medios de comunicación en los cuales queremos incentivar, motivar y culturizar a nuestro público objetivo sobre lo que hacemos.

Presupuesto de inversión publicitario: \$ 00.000.000 Col.

Medios de pauta

IMAGEN CORPORATIVA

Desarrollar un manual de marca donde incluya la papelería de nuestra marca el cual enseñará: Diseño informativo de la marca, Tarjetas de presentación (Impresas), Hoja membrete, Hoja de facturación y recibos, sobres, carpetas y plantilla en word y PP.

Empresa o agencia contratada: Seven Artz Publicidad

Cotización e inversión: \$ 700.000 Col.

Plan de medios digitales

Creación de página web, creación de cuenta en los medios de comunicación masivos: Instagram, Facebook y Twitter. El cual tiene como objetivo estudiar y analizar nuestro público y así generar piezas gráficas para publicar en nuestra web y redes sociales, donde se comunicará gráficamente campañas publicitarias ya sean de promoción o información de nuestra marca.

Empresa o agencia contratada: Contextual Digital Brading

Cotización e inversión: Creación diseño web: \$ 1.000.000 Col.

Contenido mensual: \$ 1.400.000 Col. (Mensual)

Pauta en radio

Realizaremos 12 cuñas radiales por mes de 30 segundos (Mañana, tarde y noche) en las siguientes emisoras:

Radio tiempo. Programa: Despierta a tiempo, Marcando a Tiempo, Tiempo de Luna.

Blu Radio. Programa: Mañanas Blu, en Blu Jeans, Electro Blu

El Sol. Programa: Salta con estilo

Empresa o agencia contratada

Radio tiempo (Organización Radial Olímpica O.R.O.)

Blu Radio (Caracol Radio)

El Sol (Rcn Radio)

Cotización e inversión

Radio tiempo: 12 inserciones al mes total precio: \$ 3.360.000 (Mensual)

Blu Radio: 12 inserciones al mes total precio: \$ 1.477.800 (Mensual)

El Sol: 12 inserciones al mes total precio: \$ 235.776

Espacio publicitario en zona comercial

En los centros comerciales Florida y Premium Plaza alquilaremos un espacio de 15 x 15 metros para la activación de nuestra marca y exhibición de nuestros productos donde enseñaremos y culturizaremos a nuestro público objetivo y gente del común que visita el cc.

Empresa o agencia contratada

Centro Comercial Premium Plaza y Florida.

Cotización e inversión:

PremiumPlaza:\$700.000Col.

5horas

Florida: \$ 450.000 Col. 5 horas

BTL Eventos: Contratación para activación de marca.
Elementos: Personal (3 personas), Tarima, Sillas, Luces, Pantalla Tv, Sonido y alimentación.

Empresa o agencia contratada: Bet Grupo

Cotización e inversión: \$ 3.150.000 Col.

3.4.4 DESCRIPCIÓN DE LA PROMOCIÓN PARA MOTIVAR LA VENTA

Se hará descuento en la próxima prenda y al llevar un registro en la base de datos, mirar a la cuarta compra que cantidad lleva y dar uno de los productos gratis o a mitad de precio.

3.5 COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

3.5.1 DEFINIR LAS ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Campañas educativas, donde tomen conciencia de la gran cantidad de personas con discapacidad, también comunicar por radio.

3.5.2 MEDIOS Y TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR

Instituciones educativas, difusión por radio y televisor

3.5.3 COSTOS DE LA ESTRATEGIA A UTILIZAR

Solo costo de transporte por ser compañías educativas y charlas

3.6 SERVICIOS

3.6.1 PROCEDIMIENTOS PARA OTORGAR GARANTÍAS Y SERVICIOS POST VENTAS

Al demostrar defectos en la prenda, estampación o confección, se brinda acompañamiento para duplicar la misma prenda y lograr la satisfacción del cliente.

No se cambian prendas que no tengan esos defectos, ni luego de un mes de la compra

3.6.2 MECANISMOS DE ATENCIÓN A CLIENTES

Hacer unas preguntas previas a la compra, ya que no es igual los que tienen discapacidad visual de nacimiento, a los que ya han visto y han perdido este sentido. La atención es diferente brindando más información de cada producto.

3.7 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS

Producto: camisetas con estampación en sistema Braille

Tela: poliéster algodón lycra \$8.000 metro

Estampación: \$1.800 por unidad

Confección: \$3.000

Hilo: \$1.000

Nylon: \$1.000

Transporte a proceso: \$4.000

Lavado: \$1.900 por unidad

Servicios: \$1.200

3.8 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS

3.8.1 FORMAS DE APROVISIONAMIENTO

Adquirir productos de calidad con proveedores en el centro de Medellín

3.8.2 PRECIOS DE ADQUISICIÓN.

Tela: poliéster algodón lycra \$8.000 metro

Estampación: \$1.800 por unidad

Confección: \$3.000

Hilo: \$1.000

Nylon: \$1.000

3.8.3 POLÍTICA CREDITICIA

El crédito solo se les otorga a los clientes que cumplen con su fecha de pago y son fieles con los productos que ofrecemos. Teniendo en cuenta lo anterior el

Máximo de unidades que pueden retirar son 100 unidades a la hora de la apertura del crédito.

3.8.4 DESCUENTO POR PRONTO PAGO O VOLUMEN.

Por volumen se hace el 10% de descuento a partir de la segunda prenda.

3.8.5 PLAZOS QUE SE TIENEN PARA OTORGAR LOS PAGOS

Al ser una marca que busca la independencia de los clientes, como lo son las personas con discapacidad visual, el pago es inmediato, luego de adquirir el producto en las instalaciones.


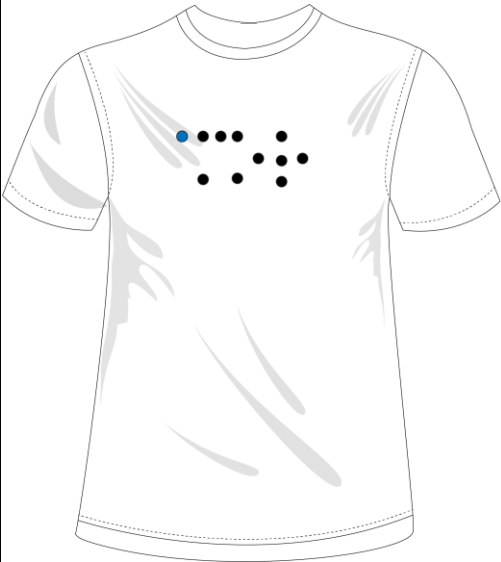
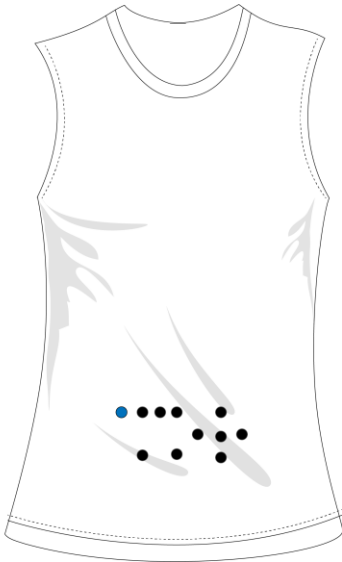
3.9 PROYECCIÓN DE VENTAS

Colecciones	Marzo	Julio	Noviembre
Canatidad	900 unidades	910 unidades	950 unidades
Valor	35.000 C/U		

4. MÓDULO OPERATIVO

4.1 OPERACIÓN

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO  REF:00500	LINEA	
	FEMENINO <input type="checkbox"/>	MASCULINO <input type="checkbox"/>
	DISEÑADOR: Jennifer Acosta	
	TIPO DE PRENDA: CAMISETA	
	UNIVERSO: DEPORTIVO	
PROTOTIPO EN DISEÑO PLANO		
 		
TALLAS: S M L XL	TALLA BASE:	
TELA:		
MEDIDAS: Contornos: Ancho: Largo:		

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO

LINEA

FEMENINO **MASCULINO**

DISEÑADOR: JENNIFER ACOSTA

TIPO DE PRENDA: CAMISETA

UNIVERSO: DEPORTIVO



REF: 00500

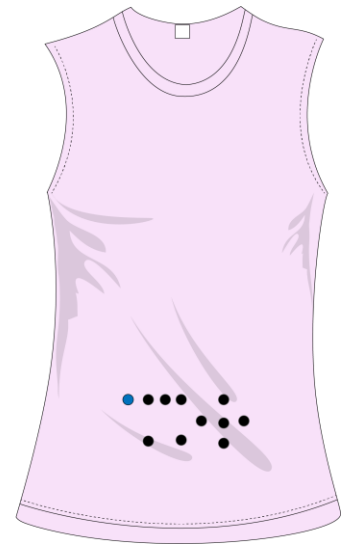
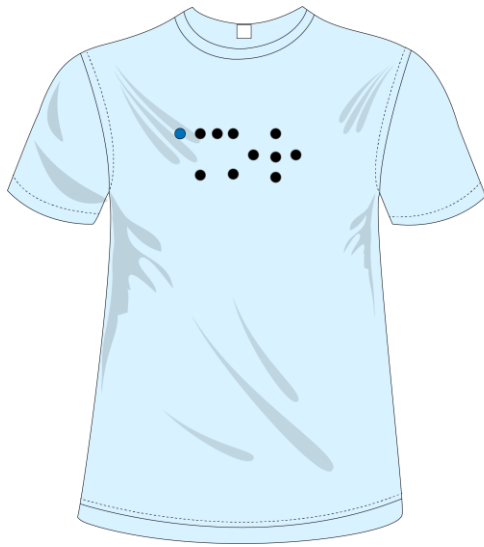
MATERIA PRIMA: TELA POLIESTER ALGODÓN LYCRA

HILADILLA: 30 CM

BOLSA PLÁSTICA: CERRAR BOLSA A 1CM Y MEDIO DEL BORDE, DOBLANDO LA PRENDA CON EL CUELL PARA LA BOCA DE LA BOLSA

PROCESO: ESTAMPADO

POVEEEDOR: ESTAMPADOS UNIDOS
ESTAMPADO CENTRO FRENTE PARA CAMISETA DE HOMBRE
ESTAMPADDO CENTRO INFERIOR DELANTERO MUJER



ORDEN OPERACIONAL:
ESTAMPACIÓN.

FILETE SENCILLO. MAQUINAS: PLANA, FILETEADORA, RECUBRIDORA UNION DE HOMBROS, UNIR MANGAS, PESPUNTE DE MANGAS, CERRAR COSTADOS, PEGAR CUELLO, PESPUNTAR CUELLO, HACER RUEDO DE 1.5 CM, REMATAR TERMINACIONES.

4.2 PLAN DE COMPRAS

Tela-poliéster algodón lycra.
Puff-estampado
Hilos-confección
Hiladilla-confección
Politex- bolsa empaque
Bolsa plástica-embalaje
Film plástico-embalaje
Cajas cartón embalaje

4.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Por camiseta:
Tela: poliéster algodón lycra \$8.000 metro
Corte
Estampación: \$1.800 por unidad
Confección: \$3.000
Hilo: \$1.000
Nylon: \$1.000
Transporte a proceso: \$4.000
Lavado: \$1.900 por unidad
Servicios: \$1.200

4.4 INFRAESTRUCTURA

Lugar que cuenta con máquinas planas 2 \$1.700.000 C/u, recubridoras 2 \$1.800.000C/u, fileteadoras 2 \$1.650.000C/u, sector de corte, cortadoras manuales con costo de \$80.000 C/u 2

5. MÓDULO ORGANIZACIONAL

5.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

DOFA

Debilidades

Marca poco reconocida por el cliente final
Falta de divulgación para el conocimiento de la marca
No existe distribución para otros países
Poco personal para la producción
Falta de maquinaria

Oportunidades

Aliados estratégicos (empresas)

Bajos precios en el costo de la producción

Situar locales en puntos estratégicos como en centros comerciales, parques, entre otros

Grandes ventas

Posicionar la marca

Muestras, exposiciones, fundaciones, centros educativos

Fortalezas

Buen trabajo en equipo

Productos de excelente calidad

Productos con bajo costo

Organización en diferentes sectores

Innovación

Inclusión social

Amenazas

Nuevo producto al mercado

Posible competencia en un futuro

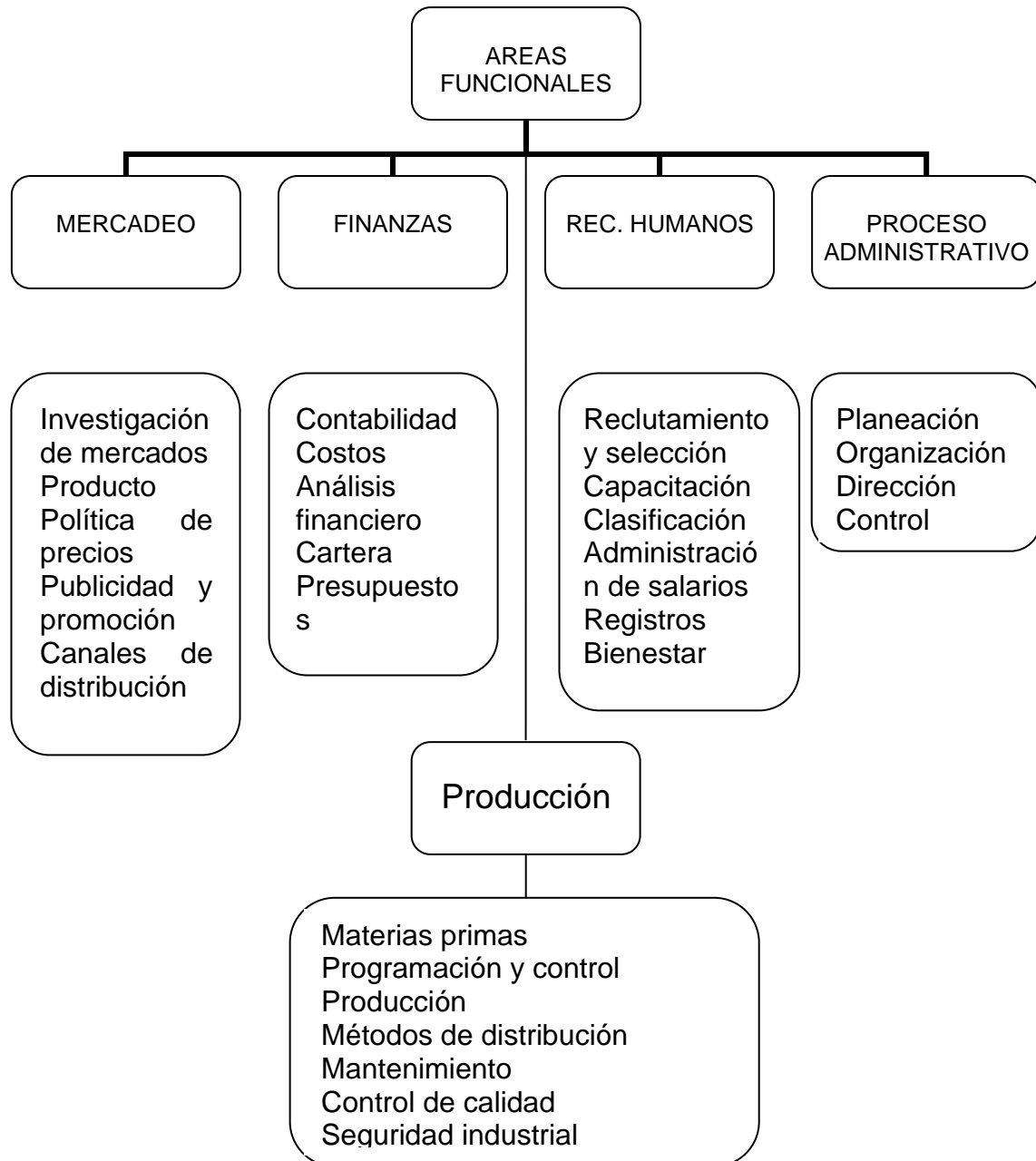
Costos elevados en materia prima

Temporadas de bajo consumo

Empresas destacadas con más reconocimiento

Subida del dólar

5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



5.3 ASPECTOS LEGALES

Pertenecen al régimen simplificado del Impuesto a las ventas las Personas naturales comerciantes y artesanos que sean minoristas o detallistas; los agricultores y ganaderos, que realicen operaciones gravadas, así como

quienes presten servicios gravados, siempre y cuando cumplan con los requisitos y condiciones establecidas en el artículo 499 del Estatuto tributario, que ha sido modificado por el artículo 195 de la ley 1819 de 2016.

Agregar lo de la fotocopia

5.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

Empleado Salario mínimo Auxilio transporte Seguridad social total Total anual

Operario 737.717 83.140 59.017 879.000 10.548.000

Recepcionista 737.717 83.140 59.017 879.000 10.548.000

Contador 1 vez por mes

Gastos de Puesta en Marcha

Pago de impuestos.

Cámara y comercio: 98.000 anual

Industria y comercio: 47.000 mensual

Compra de materia prima e insumos: 3000

Elaboración de moldes: 5.000.000

Arrendamiento: 500

Gastos Anuales de Administración

Servicios públicos: 6.000.000 anual

Arrendamiento: 7.200.000 anual

Impuestos: 662.000 anual

6. MÓDULO FINANCIERO

6.1 INGRESOS

6.2 EGRESOS

CONCEPTO COSTO ANUAL

Arriendo 6.000.000

Servicios públicos 7.200.000

Salarios 10.558.488

Mantenimiento 480.000

Insumos 6.000.000

Transporte 1.440.000

Papelería 1.200.000

Impuestos 662.000

6.3 CAPITAL DE TRABAJO

Pago de impuestos.

Cámara y comercio: 98.000 anual

Industria y comercio: 47.000 mensual

Compra de materia prima e insumos: 5000

Elaboración de moldes: 5.000.000

Arrendamiento: 500 mil pesos

Pago mano de obra: 879.874 mil pesos

7. PLAN OPERATIVO

Cronograma de actividades	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Febrero					
Plataforma estratégica			X	X	
		X			
Objetivos		X	X		X
Módulo de mercado	X		X	X	
		X			X
Marzo					
Análisis del sector			X	X	X
	X				
Perfil del consumidor		X	X	X	
Análisis de la competencia			X	X	
Abril					
Estrategia de mercado	X	X	X	X	X
Concepto de producto		X	X	X	
				X	
Modulo operativo	X	X	X	X	X
Ficha técnica del producto		X	X		
Mayo					
Módulo organizacional	X	X	X	X	
			X	X	
Módulo financiero	X		X	X	
Plan operativo		X	X	X	X
	X	X	X		

METAS SOCIALES

El proyecto pertenece a la cadena productiva textil y es pensado para las personas que no las han incluido socialmente y necesitan ayuda para mejorar su calidad de vida.

En muchos casos no los motivan y los excluyen hasta de sus hogares, así mismo la sociedad.

Sería un buen comienzo para cambiar mentalidades y demostrar que la igualdad si existe, colocándonos en el lugar del otro.

Así mismo dar trabajo a éstas personas, brindándoles una independencia total.

CIBERGRAFÍA

<http://www.once.es/new/servicios-especializados-en-discapacidad-visual/discapacidad-visual-aspectos-generales/concepto-de-ceguera-y-deficiencia-visual>

<http://eespecial.sev.gob.mx/difusion/visual.php>

http://www.derechoshumanos.net/derechos/index.htm?gclid=cj0keqjwldzhbrcfg_aimkrf7n4beiqabjtpkgxvfifywskjzzq1kvr4_ewgd_smne3zxba375ypf8aatkz8p8haq

<http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/resultados-del-sector-textil-en-el-ano-2016-en-colombia/218787>

<http://www.portafolio.co/economia/importaciones-colombianas-enero-de-2017-504237>

www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones

es.wikipedia.org/wiki/Economía_de_Medellín

[es.wikipedia.org/wiki/Braille_\(lectura\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Braille_(lectura))

<http://definicion.de/tela/>

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/2828_6182.pdf

http://www.discapnet.es/Castellano/areastematicas/Accesibilidad/accesibilidadcomunicacion/lenguajebraille/Documents/Guias/Braille/alfabeto_braille_2.htm

<http://www.vix.com/es/btg/curiosidades/4659/como-funciona-el-sistema-braille>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Braille_\(lectura\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Braille_(lectura))

<http://tiflologia.blogspot.com.co/2014/05/claves-para-memorizar-el-alfabeto.html>

<http://www.taringa.net/posts/ciencia-educacion/17416212/Como-funciona-el-sistema-Braille.html>

<http://erikleal1.weebly.com/taller-de-redaccion-periodistica/-arte-del-estampado>

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/2828_6182.pdf

<http://tiflologia.blogspot.com.co/2014/05/claves-para-memorizar-el-alfabeto.html>

<http://Brailleinternacional.com>

<http://Definicion.de>

<http://www.girabsas.com/nota/2016-1-4-hoy-se-celebra-dia-mundial-del-braille-el-conocimiento-al-alcance-de-todos>

<http://www.andi.com.co/SitEco/Documents/Balance%202014%20y%20perspectivas%202015.pdf>

<http://www.girabsas.com/nota/2016-1-4-hoy-se-celebra-dia-mundial-del-braille-el-conocimiento-al-alcance-de-todos>

<http://promonegocios.net>

<http://7G-significados.com>

<http://palabasyvidas.com/la-palabra-hilo-significa.html>

colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND%202014-2018%20Tomo%201%20internet.pdf