



## **NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Tesis previa a la obtención del título de  
Licenciado en Negocios Internacionales.**

**AUTORES:** Lamiño Zapata Pablo Santiago  
Benítez Almeida Diego Mauricio  
Ortiz Cabrera Katherine Liseth

**TUTOR:** Msc. Carlos Sebastián Cordero Espinosa

Plan estratégico de negocio y análisis de factibilidad para  
la Internacionalización de Fundación Vista para todos

## Resumen

La Fundación Vista Para Todos tiene más de 35 años en el mercado ecuatoriano y más de 10 años en el mercado colombiano. Actualmente tiene más de 20 locales propios en Ecuador y 50 franquicias. En Colombia tiene su primer local en Pasto nuestro objetivo es ver la viabilidad de un segundo local en Colombia a través de nuestro planteamiento estratégico podemos evidenciar múltiples oportunidades y nichos que tiene el mercado colombiano. Con esta investigación no solo se puede perfeccionar los procesos ya establecidos, también se puede iniciar una era digital en la marca en la que todos los procesos sean aún óptimos y eficaces. El planteamiento del local en Bogotá radica en la investigación rigurosa, geográfica conductual, validando estudios de mercado y problemas visuales actuales en los que la fundación colocaría su experiencia y atención. Hemos investigado mercados objetivos y tenemos cifras exactas de clientes potenciales inicialmente para realizarse lentes y a futuro realizarse cirugías. El local en Bogotá iniciara con optometría y meses después cuando se garanticen los permisos se hará la inversión para el área de oftalmología una vez que la marca ya sea reconocida en Bogotá. Hemos notado la necesidad que tiene Colombia de consultas visuales a precios accesibles y también de ayuda social. Fundación Vista para todos ofrece ayuda técnica totalmente gratis para ciudades donde tiene locales a través de alianzas estratégicas con barrios, escuelas, empresas. Entre la ayuda están cirugías de ojos gratuitas, bastones, sillas de ruedas, audífonos y lentes de lectura. Con más de 100 páginas de investigación sabemos y garantizamos el éxito del local en Bogotá y sabemos que la marca puede crecer exponencialmente como en Ecuador a futuro debido a que el mercado colombiano es más grande que el ecuatoriano.

## Abstract

The Vista Para Todos Foundation has been in the Ecuadorian market for over 35 years and in the Colombian market for over 10 years. Currently, it has more than 20 company-owned stores in Ecuador and 50 franchises. In Colombia, its first store is located in Pasto, and our goal is to assess the feasibility of opening a second store in Colombia. Through our strategic approach, we can identify multiple opportunities and market niches in the Colombian market. This research not only allows us to refine our established processes but also to embark on a digital era for the brand where all processes are even more optimal and effective. The concept of opening a store in Bogotá is based on rigorous research, including geographic and behavioral studies, market validation, and current visual problems that the foundation can address with its expertise and attention. We have researched target markets and have exact figures for potential customers, initially for eyeglasses and potentially for future surgeries. The Bogotá store will begin with optometry, and months later, after securing the necessary permits, we will invest in the ophthalmology area once the brand is established in Bogotá. We have identified the need in Colombia for affordable visual consultations and social assistance. The Vista Para Todos Foundation offers technical assistance for free to cities where it has stores through strategic partnerships with neighborhoods, schools, and businesses. This assistance includes free eye surgeries, canes, wheelchairs, hearing aids, and reading glasses. With over 100 pages of research, we are confident in the success of the Bogotá store, and we believe that the brand can grow exponentially, just as it has in Ecuador, given the larger Colombian market.

## **TABLA DE CONTENIDOS**

### **CAPÍTULO I**

- 1.1. Objetivo - Definición de problema
- 1.2. Evidenciar - 3 pasos de Design Thinking
  - 1.2.1. Empatizar
  - 1.2.2. Definir
  - 1.2.3. Idear

### **CAPÍTULO II**

- 2.1. Marco Teórico
- 2.2. PESTEL- PORTER - FODA
- 2.3. Validación de factibilidad- viabilidad- deseabilidad
  - 2.3.1. Mercado objetivo (Embudo de mercado)
  - 2.3.2. Investigación de validación de prototipo
  - 2.3.3. Mejora del prototipo

### **CAPÍTULO III**

- 3.1 Canvas o lean canvas
- 3.2 PMV
  - 3.2.1. PMV comercial y modelo de monetización
  - 3.2.2. Prototipo final

### **CAPÍTULO IV**

- 4. Plan de marketing
  - 4.1. Plan de marketing con enfoque de internacionalización.

### **CAPÍTULO V**

- 5. Procesos
  - 5.1 Organigrama
  - 5.2 Mapa de Procesos
  - 5.3 Proceso de internacionalización
    - 5.3.1 Objetivos y metas principales de la expansión internacional.

**5.3.2** Forma de Internacionalización

**5.3.3.** Proveedores y socios logísticos

**5.3.4.** Aduanas y regulaciones

**5.3.5.** Servicio al cliente y posventa

**5.3.6** Sostenibilidad

**5.4** Valoración Financiera

**5.4.1** Presupuesto – Inversión Inicial

**5.4.2** Estados Financieros: Estado de costos – Estado de Resultados- Flujo de caja

**5.4.3** Análisis financiero: Punto de Equilibrio - VAN – TIR – Periodo de recuperación

## **CAPÍTULO VI**

**6.** Conclusiones y recomendaciones

**7.** Anexos

## INDICE DE GRAFICOS Y TABLAS

gráfico 1.1: Estadísticas de precios de cirujías de ojos en Colombia.....	13
cuadro 2.1: Marco normativo de salud visual en Colombia.....	24
tabla 2. : Mercado objetivo.....	47
cuadro 2.3: Problemas visuales.....	50
cuadro 2.4: Operaciones más realizadas en Colombia.....	51
cuadro 2.5: Colombianos afiliados al seguro.....	53
cuadro 2.6: Importaciones de lentes en Colombia.....	54
grafico 2.7: Organizador gráfico sobre la organización de la óptica vista para todos.....	68
grafico 3.1: Organización de los productos.....	72
grafico 3.2: Imagen de página web.....	73
grafico 3.3: Imagen de página web.....	73
grafico 3.4: Prototipo final de la óptica.....	74
gráfico 3.5: Parámetros aplicados en el sistema de página web.....	75
gráfico 3.6: Tipo de publicidad.....	76
.....	76
gráfico 3.7: Prototipo de plantillas y publicaciones en redes sociales.....	77
gráfico 3.8: Prototipo de página web.....	79
gráfico 3.9: Diagrama de flujo ventas fvt.....	80
gráfico 3.10: Mapa de procesos.....	81
tabla 3.1: Presupuesto inicial.....	82
tabla 3.2: Costos directos equipamiento de trabajo.....	83
gráfico 4.1: Objetivo principal de la empresa.....	91
gráfico 5.1: Mapa de procesos.....	101
gráfico 5.2: Proceso de Exportación Ecuador.....	105
gráfico 5.3: Proceso de Importación Colombia.....	106
tabla 5.1: partidas Ecuador.....	107
tabla 5.2: partidas Colombia.....	107
tabla 5.3: partidas Colombia.....	108
tabla 6.1: Ventas.....	126
tabla 6.2: liquidación.....	127
tabla 6.4: costos servicios.....	128
tabla 6.5: Costos productos.....	128

tabla 6.6: Estado de costos.....	129
tabla 6.7: Estado de costos.....	130
tabla 6.8: Estado de perdidas y ganancias .....	131
tabla 6.9: Flujo de efectivo .....	132
tabla 6.10: Punto de equilibrio.....	133
tabla 6.11: Van & Tir.....	133
tabla 6.12: Periodo de recuperacion .....	134

## CAPITULO I

### **Objetivo-**

El objetivo primordial de desarrollar el plan de negocios para el "Plan estratégico de negocio y análisis de factibilidad para la Internacionalización de Fundación Vista para todos" radica en trazar una hoja de ruta integral y fundamentada que guíe la expansión internacional de la fundación. A través de este plan, se busca definir con precisión la estrategia de expansión, evaluar la viabilidad de la internacionalización en términos de demanda del mercado, competencia y factores culturales y regulatorios, establecer objetivos claros y medibles, identificar estrategias de comercialización adaptadas a los mercados internacionales, planificar los recursos necesarios, anticipar y mitigar posibles riesgos, y proporcionar un enfoque estructurado y convincente que sirva como base para la toma de decisiones informadas por parte de los involucrados y posibles inversores.

### **Definición de problema-**

Falta de atención de calidad con precios accesibles en salud visual, escasa ayuda a la población con menos recursos.



## DESIGN THINKIN

- **Empatizar**

### **¿Porque es importante resolver el problema?**

Las fundaciones son organizaciones relativamente pequeñas que operan en muchas naciones y no muchas se internacionalizan es algo nuevo en muchos países. Los obstáculos para su creación incluyen la falta de información y un entorno económico incierto. La base de otros países puede entregar Información, buenos modelos, asistencia técnica y financiera para la creación de estas siendo así el punto de partida para nuestro modelo de trabajo. ¿Pero qué es lo que nos impulsó a dar este nuevo paso?

Un informe publicado por la OMS el 8 de octubre de 2019, revelo que el envejecimiento de la población, los cambiantes estilos de vida y el acceso limitado a la atención oftalmológica, especialmente en países de ingresos medios y bajos, son uno de los principales factores que en los últimos años han impulsado el aumento del número de personas con discapacidad visual. Según el informe, la atención oftalmológica debe integrarse más estrechamente en los servicios nacionales de salud, especialmente en el nivel de atención primaria, para garantizar que se satisfagan las necesidades de atención oftalmológica de más personas, incluso a través de la prevención, la detección temprana, el tratamiento y la rehabilitación. (Jemio Mendoza, 2019)

Sumado a ello en la actualidad las enfermedades oculares que pueden conducir a problemas de visión y ceguera, como cataratas, tracoma y errores de refracción, se abordan en los esfuerzos nacionales de prevención y las estrategias de protección ocular. Sin embargo, las enfermedades oculares que normalmente no afectan la

visión, como los ojos secos y la conjuntivitis, no deben tomarse a la ligera, ya que se encuentran entre las principales razones por las que las personas buscan atención médica, según un informe de médicos de los servicios oftalmológicos en todo el mundo.

La combinación de una población en crecimiento y el envejecimiento aumentará significativamente el número total de personas con enfermedades oculares y pérdida de la visión, ya que la incidencia va creciendo con la edad. Ahora en Colombia existe una población 52.341.889 millones de habitantes de ellos el 3% corresponde a la población que cuentan con algún tipo de enfermedad ocular que se pudo prevenir y por lo cual ahora más de 1.3 millones se encuentran con problemas de algún tipo.

### **¿Qué características y factores desea el cliente sobre la solución al problema?**

Los clientes suelen esperar una atención rápida, efectiva y de alta calidad, junto con un diagnóstico y tratamiento apropiados para sus problemas oculares. Además, podrían desear que los precios sean razonables, que se les brinde información clara y completa sobre su problema de salud y que se les brinde seguimiento en caso de requerir un tratamiento prolongado. Además, es crucial que deseen sentirse seguros y cómodos durante su visita a la fundación, donde los empleados son amables y competentes.

### **¿En qué situación se encuentra el cliente al momento de elegir la solución?**

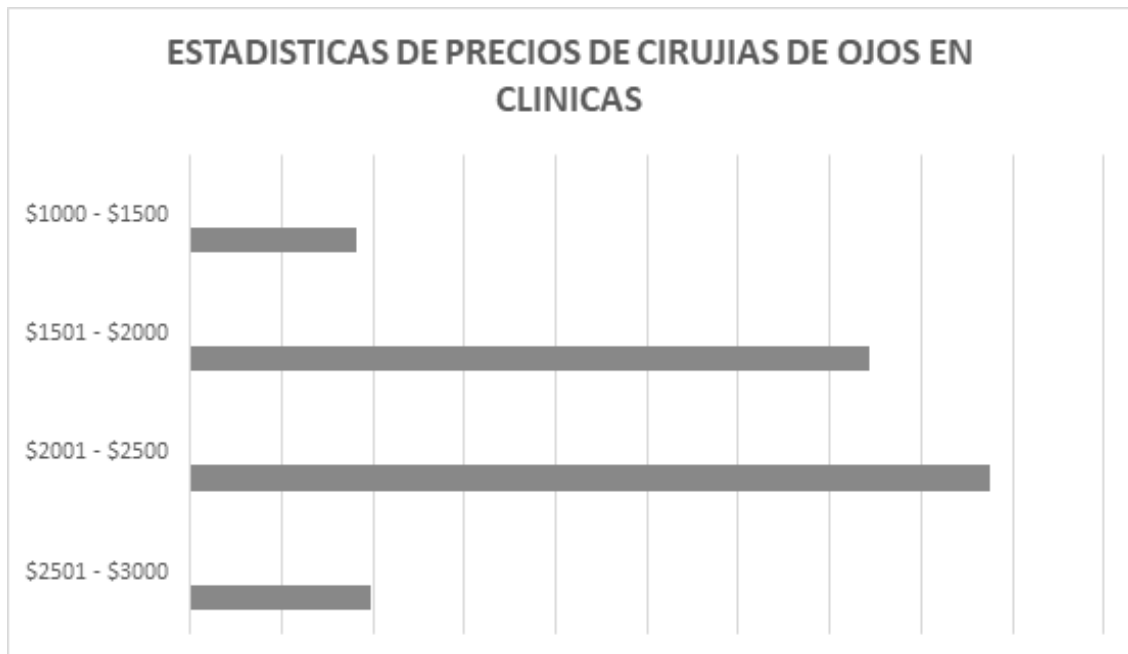
Al momento de elegir una solución al problema en una fundación oftalmológica en Colombia, el cliente puede encontrarse en diferentes situaciones. Algunos pueden estar preocupados por síntomas o problemas de visión a los que no han podido atender antes debido a las limitaciones financieras, mientras que otros pueden tener una situación de urgencia y necesitar una atención inmediata. También puede haber clientes que estén buscando una fundación oftalmológica de confianza para someterse a una cirugía ocular o tratamiento prolongado, y que

deseen encontrar una opción que se adapte a sus necesidades y presupuesto. En general, el cliente se encuentra en busca de una solución efectiva y accesible para su problema ocular.

### Colombia:

Según la OMS, en Colombia se estima que hay aproximadamente 298.000 personas ciegas y 1.3 millones de personas con discapacidad visual. Al igual que en Ecuador, los problemas visuales más comunes en Colombia incluyen la miopía, la hipermetropía, el astigmatismo, la catarata y el glaucoma. La falta de acceso a servicios oftalmológicos en algunas áreas rurales y remotas, así como la falta de conciencia sobre la salud visual, son desafíos que enfrenta el país. (De La Salud, 2022)

### GRÁFICO 1.1: ESTADÍSTICAS DE PRECIOS DE CIRUJIAS DE OJOS EN COLOMBIA



**Fuente:** Cirugía láser de ojos en Colombia, 2023.

- **Definir**

### **¿Por qué es importante?**

Para Fundación “Vista para todos” es importante la internacionalización ya que dentro de sus planes de expansión a futuro está considerando abrir sucursales en varios países de Latinoamérica, empezando por Colombia actualmente ya poseen un local en Pasto el cual permite obtener información valiosa sobre nuestro mercado objetivo en Bogotá.

Muchas personas valoran el trabajo de las fundaciones y las organizaciones de ayuda social, reconociendo el impacto positivo que tienen en la sociedad. Aprecian los esfuerzos de estas organizaciones para abordar diversas problemáticas sociales y brindar apoyo a quienes lo necesitan.

Algunas personas consideran importante que las fundaciones y las organizaciones de ayuda social sean transparentes en sus operaciones y en cómo utilizan los recursos que reciben. Esperan que se informe claramente sobre los resultados y el impacto de los programas y que se rindan cuentas de manera responsable.

Existe la expectativa de que las fundaciones y las organizaciones de ayuda social utilicen los recursos de manera eficiente y efectiva para maximizar su impacto. Las personas pueden desear que se minimicen los gastos administrativos y se priorice la asignación de recursos directamente a las causas y las personas que más los necesitan.

Algunas personas desean que las fundaciones y las organizaciones de ayuda social no solo brinden asistencia inmediata, sino que también trabajen en programas y proyectos que fomenten la sostenibilidad y el desarrollo a largo plazo. Esto implica

abordar las causas subyacentes de los problemas sociales y promover soluciones que permitan a las personas y las comunidades ser autosuficientes en el futuro.

Se valora la colaboración entre las fundaciones, las organizaciones de ayuda social y otros actores, como el gobierno, las empresas y la sociedad civil. Muchas personas esperan que estas entidades trabajen juntas para abordar los desafíos sociales de manera más efectiva, compartiendo conocimientos, recursos y experiencia.

### **Beneficios de las Fundaciones por los Gobiernos**

Las fundaciones pueden tener diversos beneficios al colaborar con el gobierno en la ejecución de programas y proyectos sociales. Según Naranjo Mariana algunos de estos beneficios incluyen:

1. Acceso a recursos y financiamiento: Las fundaciones pueden recibir apoyo financiero y recursos del gobierno para llevar a cabo sus actividades. Esto puede incluir subvenciones, donaciones, patrocinios y otros tipos de financiamiento que les permitan ampliar su alcance y efectividad.
2. Colaboración: Trabajar en conjunto con el gobierno permite establecer alianzas estratégicas y aprovechar colaboraciones.
3. Apoyo legal y regulatorio: El gobierno puede brindar apoyo legal y regulatorio a las fundaciones, estableciendo marcos normativos claros y brindando orientación en temas relacionados con su operación y cumplimiento de requisitos legales.

4. Acceso a redes y contactos: Colaborar con el gobierno brinda a las fundaciones acceso a redes y contactos que pueden ser valiosos para establecer alianzas con otras organizaciones, compartir mejores prácticas, acceder a oportunidades de financiamiento y promover su labor.

1. Mayor visibilidad y legitimidad: Trabajar en conjunto con el gobierno puede otorgar a las fundaciones una mayor visibilidad y legitimidad. La asociación con el gobierno puede ser un aval de confianza para la comunidad y otras partes interesadas, lo que puede facilitar la obtención de apoyo adicional y aumentar la credibilidad de la fundación. (Naranjo, 2008)

- **Idear**

**¿Cómo lo vamos a resolver?**

Las fundaciones y organizaciones sin fines de lucro a menudo ofrecen servicios médicos a precios más bajos o incluso de forma gratuita, dependiendo de su misión y recursos disponibles. Algunas fundaciones se dedican específicamente a brindar servicios de atención médica a personas de bajos ingresos o en situaciones de vulnerabilidad.

Los precios de las cirugías en fundaciones pueden variar ampliamente, las fundaciones pueden cubrir todos los costos de la cirugía o pueden ofrecer tarifas reducidas o descuentos significativos.

Por ejemplo, consideremos la Fundación Médica Esperanza, que se especializa en brindar servicios médicos a comunidades de bajos ingresos. Ofrecen cirugías oftalmológicas para tratar cataratas, una afección común en su área de operación. En un enfoque de responsabilidad social, la fundación cubre todos los costos

médicos y quirúrgicos relacionados con la operación de cataratas para pacientes que cumplen con ciertos criterios de elegibilidad en términos de ingresos y necesidad médica.

Esto garantiza que las personas con recursos limitados tengan acceso a atención médica de calidad sin incurrir en gastos financieros significativos. Según Dolores García del Real *“la fundación también trabaja en colaboración con donantes y patrocinadores para cubrir los costos de las cirugías y proporcionar atención oftalmológica integral a aquellos que lo necesitan, ejemplificando su compromiso con la salud y el bienestar de la comunidad.”* (García del Real, 2020)

Es importante tener en cuenta que las fundaciones suelen tener criterios y requisitos específicos para acceder a sus servicios, y es posible que se les dé prioridad a las personas con mayores necesidades económicas o de salud.

Resolver problemas visuales a través de fundaciones puede ser abordado mediante la implementación de diversas estrategias. Aquí tenemos algunas ideas de cómo las fundaciones pueden contribuir a resolver problemas visuales:

1. Campañas de concienciación y educación: Las fundaciones pueden promover la concienciación sobre la importancia de la salud visual y la prevención de problemas oculares a través de campañas de educación en escuelas, comunidades y medios de comunicación. Estas campañas pueden incluir información sobre la detección temprana, el uso adecuado de gafas, la higiene ocular y los signos de alerta de enfermedades oculares.

2. Programas de detección y diagnóstico temprano: Las fundaciones pueden establecer programas de detección gratuita o a precios reducidos para identificar problemas visuales en etapas tempranas. Estos programas pueden incluir exámenes de la vista regulares, evaluaciones oftalmológicas y pruebas de agudeza visual en

comunidades de bajos recursos, escuelas y zonas rurales donde el acceso a servicios oftalmológicos es limitado.

3. Acceso a servicios oftalmológicos y tratamientos: Las fundaciones pueden colaborar con profesionales de la salud visual y establecer alianzas con clínicas y hospitales para ofrecer servicios oftalmológicos asequibles o gratuitos a personas con bajos ingresos o en situaciones de vulnerabilidad. Esto podría incluir cirugías de cataratas, tratamientos para glaucoma, suministro de gafas y lentes, entre otros servicios.

4. Investigación y desarrollo de tecnologías accesibles: Las fundaciones pueden financiar proyectos de investigación y desarrollo de tecnologías innovadoras que ayuden a abordar problemas visuales y mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidades visuales.

Estas son solo algunas ideas para abordar problemas visuales a través de fundaciones. La implementación exitosa requeriría colaboración con profesionales de la salud, organizaciones gubernamentales y otras partes interesadas para garantizar un enfoque integral y sostenible.

Fundación Vista para Todos, en su plan de expansión desea generar un posicionamiento en el mercado de Bogotá, otorgando a nuestros potenciales clientes una atención de calidad, y servicios de ayuda a través de la fundación dando acceso a gente de bajos recursos a atención y equipamiento médico.



## CAPÍTULO II

### MARCO TEORICO

Para la validación de este proyecto *“Según organismos internacionales la Prevención de la Ceguera (IAPB siglas en inglés), alrededor de 253 millones de personas tienen una discapacidad visual conocida, de las cuales 36 millones son ciegas y 217 tienen una discapacidad visual moderada o grave.”* (IAPB, 2023)

En América Latina, la población es cerca de 630 millones de personas, el nivel promedio de ceguera se reporta 0,37% y discapacidad visual moderada, la dificultad es del 1,98%, lo que significa que de 15 millones de personas tienen algún grado de discapacidad visual en América Latina. Ésta tasa de ceguera en América Latina está ligeramente por debajo del promedio informado alrededor del 0,49% del mundo.

Un metaanálisis realizado en 2015, dirigido por el Grupo de Expertos en Visión de la IAPB, las principales causas de ceguera en el mundo es la catarata con 12,6 millones de pacientes de refracción diagnosticado y no corregido (ERNC), con 7,4 millones para la causa, La discapacidad visual moderada está cubierta por la ERNC, 116,3 millones de casos; cataratas, 52,6 millones de pacientes; degeneración macular relacionada con la edad (AMD), 8,4 millones casos y glaucoma, 4 millones de personas. (IAPB, 2023)

Las enfermedades de los ojos pueden causar problemas de visión y ceguera de hecho, son el foco principal de las estrategias de prevención e intervención. Cabe señalar que una proporción significativa de personas con enfermedades oculares

entran en esta categoría y reciben el diagnóstico y el tratamiento oportunos lo salvarán de la pérdida de la visión o la ceguera. Por ejemplo,

se estima que 196 millones de personas en todo el mundo tienen degeneración macular relacionada con la edad, 10,4 millones (5,3 %) tienen una discapacidad visual de moderada a grave o ceguera debido a formas más graves de la enfermedad. Del mismo modo, aproximadamente 64 millones de personas en todo el mundo tienen glaucoma, de las cuales solo 6,9 millones (10,9%) tienen discapacidad visual moderada o grave o visión lejana ceguera por formas más graves de la enfermedad. También es importante tener en cuenta que algunas condiciones que normalmente no causan discapacidad visual pueden ocurrir si no se tratan. (IAPB, 2023)

Según la Organización Mundial de la Salud:

el 80% de la ceguera en el mundo es prevenible. En otras palabras, debería haber muchas menos personas ciegas en el planeta, pero la falta de conciencia sobre la salud visual, el desconocimiento de los derechos de los pacientes y las barreras para acceder a los servicios hacen que 8 de cada 10 mujeres ciegas podrían haber evitado su condición. (OMS, 2018)

Como antecedentes se presentó un estudio descriptivo cualitativo que expone como objetivo comprender el acceso potencial a la atención de la baja visión en Colombia, desde la perspectiva de las dimensiones de la política de salud de la visión, considerando un marco empírico adaptado de un modelo teórico y de consulta de condiciones de acceso a los servicios de salud.

El diseño del método corresponde al enfoque propuesto por Taylor y Bogdan, quienes propusieron una técnica para analizar la información de los resultados enfocados en entrevistas.

Así, se siguió un proceso de descubrimiento, codificación y relativización de datos. Bajo este enfoque, el estudio se realizó en seis ciudades del país: cuatro de ellas, Medellín (Antioquia), Bogotá (Cundinamarca), Cali (Valle del Cauca), Bucara Manga (Santandera) debido a que, actualmente tienen el mayor número de personas con discapacidad visual en el país. Las dos ciudades restantes, Barranquilla y Popayán, se incluyeron en el estudio porque, si bien la prevalencia de discapacidad visual no era alta, tenían centros de referencia en la zona que podían fortalecer el proceso de estudio y obtener información de otras áreas geográficas de la región. (OMS, 2018)

Los principales factores que provocan las enfermedades oculares más comunes en Colombia:

**Miopía:** el aumento del tiempo en el interior y las actividades de "miopía" están causando que más y más personas se vuelvan miopes. Aumentar el tiempo que pasa al aire libre puede reducir este riesgo.

**La hipermetropía:** también llamada hiperopía, es un error de refracción que hace que los objetos cercanos se vean borrosos. Se presenta cuando la forma del ojo hace que la luz se enfoque por detrás de la retina (una capa de tejido sensible la luz en la parte de atrás del ojo) en lugar de directamente en la retina.

**El astigmatismo:** es un problema que puede causar visión borrosa o distorsionada. Esto sucede cuando se deforma la córnea (la capa transparente en la parte frontal del ojo) o el cristalino (la parte interna del ojo que ayuda a enfocar).

Las cataratas: se producen cuando el cristalino natural del ojo se nubla. Las proteínas del cristalino se dañan, lo que hace que las cosas se vean borrosas, poco claras o menos brillantes y coloridas.

El glaucoma: es una enfermedad que daña el nervio óptico del ojo. Esto suele suceder cuando se acumula líquido en la parte frontal del ojo. El exceso de líquido aumenta la presión intraocular y daña el nervio óptico.

Retinopatía diabética. Cada vez más personas desarrollan diabetes, especialmente diabetes tipo 2, que puede afectar la visión si no se diagnostica ni se trata. La mayoría de las personas con diabetes experimentarán algún tipo de retinopatía a lo largo de sus vidas. Los exámenes oculares regulares y el tratamiento adecuado de la diabetes pueden proteger la visión de las personas de esta afección.

Detección tardía: debido a servicios de atención oftalmológica insuficientemente integrados o deficientemente integrados, muchas personas no tienen acceso a pruebas de detección de rutina que se pueden usar para detectar enfermedades y garantizar la prevención, la prevención o el tratamiento adecuados. (Copcarles, 2021)

Según un informe de la OMS publicado en el 2020 “SBN 978-92-4-000034-6”

la salud visual es una de las prioridades en el ámbito de los estilos de vida saludables y las enfermedades no transmisibles, estableciendo intervención dentro del marco político y establecer objetivos para promover la salud visual y controlar la discapacidad visual prevenible y formula estrategias para lograr los objetivos establecidos, tales como seguimiento, control, evaluación e investigación sobre los determinantes sociales de la salud, las enfermedades no transmisibles y las deficiencias orales, visuales y

auditivas, incluida la coordinación, contenido y alcance de las encuestas nacionales y preparación de estadísticas comparables con organizaciones de desarrollo económico. (OMS, 2018)

De acuerdo a lo anterior, el Ministerio de Salud y Protección Social en Acuerdo de Cooperación Técnica No. 519:

concluyó una carta de acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud con la Universidad Nacional de Columbia para preparar un informe analítico sobre la salud visual a partir de fuentes secundarias de información para crear una línea de base epidemiológica para conocer la salud visual de la población colombiana a partir de las necesidades de las consultas realizadas entre 2009 y 2014. (OPS, 2023)

Esta es la primera publicación en definir un enfoque analítico integral con diferentes tipos de análisis para describir, medir y explicar el perfil de enfermedades de la salud visual de la población colombiana, incluyendo trastornos, riesgos y determinantes de la salud. El análisis se realiza desde la perspectiva poblacional y se utiliza un modelo conceptual de los determinantes sociales de la salud, donde puede identificar impactos importantes en la salud visual y reconocer las brechas creadas por las desigualdades en salud y sus determinantes.

## CUADRO 2.1: MARCO NORMATIVO DE SALUD VISUAL EN COLOMBIA

Norma	Descripción
<b>Ley 100 de 1993.</b>	Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.
<b>Resolución 412 de 2000</b>	Por la cual se reglamenta la Norma técnica para la detección de alteraciones de la agudeza visual dentro de la cual incluyeron la promoción de la salud y la Guía de Atención para los vicios de refracción, el estrabismo y la catarata.
<b>Resolución 4045 de 2006</b>	En la cual Colombia, acoge el <b>PLAN VISION 2020</b> "El derecho a la visión" de la Organización Mundial de la Salud, que insta a los estados miembros a que "impulsen la integración de la prevención de la ceguera y la discapacidad visual evitables en los planes y programas de salud existentes a nivel nacional y regional.
<b>Resolución 1841 de 2013</b>	<p>Por el cual se adopta el plan decenal de salud pública 2012-2021. En este sentido, <b>la dimensión vida saludable y condiciones No transmisibles del PDSP</b>, establece metas para la promoción de la salud visual y el control de alteraciones visuales evitables; dentro de este grupo de metas, entre otras, se encuentran las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ A 2021, identificar los defectos refractivos, en niños de 2 a 8 años y tratar al 100% de los identificados.</li> <li>➢ A 2021, incrementar en un 20% en el decenio, las coberturas de prevención y detección temprana de las ENT, las alteraciones de la salud bucal, visual, auditiva y comunicativa y sus factores de riesgo.</li> <li>➢ A 2021, se cuenta con al menos un nodo de investigación por región, que permita la construcción de una agenda, para el estudio de los determinantes sociales de la salud bucal, visual y auditiva y las ENT.</li> </ul>
<b>Resolución 5592 de 2015</b>	En la cual se incluye la consulta de primera vez por optometría, a todos los grupos de edad, consta de: tonometría, valoración ortóptica limitada o inicial, prescripción de técnicas y/o ayudas ópticas visuales, remisión para: evaluación oftalmológica,
	adaptación y ajuste de prótesis y/o ayudas ópticas visuales y la Valoración por baja visión. También establece las actividades de detección temprana alteraciones de la agudeza visual desde la etapa prenatal hasta los 18 años.
<b>la Resolución 518 de 2015</b>	Dicta disposiciones en relación con la gestión de la salud pública y se establecen directrices para la ejecución, seguimiento, y evaluación, del plan de salud pública de intervenciones colectivas; en el marco de este plan, las Direcciones territoriales de salud, desarrollan actividades de promoción de la salud visual y gestión del riesgo colectivo.
<b>Ley 1751 de 2015</b>	Por la cual reglamente el "acceso a los servicios de salud de manera oportuna, eficaz y con calidad para la preservación, el mejoramiento y la promoción de la salud" <b>para así garantizar el derecho a la salud.</b>

**Fuente:** "Lineamiento para la implementación de actividades de promoción de la salud visual, control de alteraciones y discapacidad visuales evitable, 2020"

"Plan Decenal de Salud pública 2012-2021"

## **Fundaciones Oftalmológicas en Colombia**

Son entidades privadas sin ánimo de lucro que tiene su propia fundación o patrimonio y cuyo objeto es la satisfacción de determinadas necesidades sociales como en este caso la salud visual. Su dinero proviene de un individuo, familia, empresa privada o comunidad. Asignan los ingresos de su propiedad para realizar aportes económicos o ejecutar programas en beneficio de la comunidad.

Algunos fondos donan dinero a individuos, organizaciones sin fines de lucro sin propiedad, proveedores de servicios públicos y otras organizaciones. Proporcionan servicios, realizan investigaciones, organizan conferencias, publican.

### **Tipo de Fundaciones**

#### **Fundaciones Operativas**

Son creados por individuos o familias para brindar servicios directos y programas sociales. Algunas organizaciones activas también hacen donaciones a otras organizaciones sin fines de lucro.

#### **Fundaciones Comunitarias**

Son organizaciones públicas formadas por un grupo de personas que representan a la comunidad para ayudar a su comunidad o región. Su fortuna incluye donaciones de varios donantes. Donan a organizaciones sin fines de lucro, individuos y gobiernos que mejoran la calidad de vida en el área. Son activos en la comunidad y reciben la mayor parte de sus ingresos del público. La junta o junta directiva representa a la comunidad. Algunos de sus miembros podrán ser elegidos servidores públicos.

## **Fundaciones empresariales**

Se establecen como organizaciones independientes fundadas por empresas rentables. La empresa normalmente hace una contribución anual al fondo de su programa de acciones y mantiene una pequeña fortuna en el fondo para proporcionar capital durante estos años difíciles para la empresa. Su directorio o directorios está integrado por personas de alto nivel dentro de la empresa y, en algunos casos, por personas independientes de la empresa.

Los fondos corporativos reciben dinero de las empresas comerciales. Gracias al fondo, las empresas pueden brindar un apoyo económico más estable y profesional. De esta manera, los fondos pueden recaudar más fondos durante el apogeo de la empresa, creando activos que se pueden utilizar cuando los rendimientos son bajos.

## **Fundaciones Independientes**

Son creadas con los donativos de un individuo, familia, grupo de individuos o corporaciones para financiar sus propios programas o los programas de otras instituciones no lucrativas. Generalmente son manejadas por el donante, la familia del donante, un personal asalariado, un banco u otra entidad designada por el donante. Las decisiones las toma el patronato o consejo que generalmente está constituido por el donante y su familia, fiduciarios asociados u otros. La mayoría de las fundaciones independientes tienen un patrimonio inicial y hacen sus donativos de los rendimientos que obtienen al invertirlo.

En la actualidad existen varias fundaciones en Colombia enfocadas en los problemas de salud visual pero que en base a las estadísticas obtenidas de los informes estudiados aun no cubre la cantidad de población que necesita atención visual y no acude por temas de falta de conocimiento, acceso y económicos.



## ANALISIS PESTEL

### **Factores políticos. TULCÁN:**

#### **Inestabilidad Política - TULCÁN:**

- *“La inestabilidad política en TULCÁN, Ecuador, podría afectar la colaboración transfronteriza y las relaciones entre la Fundación Vista para Todos en Bogotá y las posibles conexiones, socios o recursos provenientes de TULCÁN.”* (Elizabeth, 2016) Cambios políticos en TULCÁN podrían influir en la disponibilidad de apoyos y recursos para el proyecto.

#### **Factores Políticos: Bogotá:**

#### **Regulaciones y Normativas Locales:**

- Las regulaciones y normativas locales en Bogotá, Colombia, pueden impactar la operación de la Fundación Vista para Todos. *“Esto incluye leyes relacionadas con la formación y operación de organizaciones sin fines de lucro, así como regulaciones específicas relacionadas con la salud visual y las actividades de la fundación.”* (Asensio, 2022)

#### **Apoyo Gubernamental:**

- *“La actitud y el apoyo del gobierno local en Bogotá hacia proyectos de beneficencia y salud pueden influir en la percepción y la aceptación de la Fundación Vista para Todos.”* (Alfredo, 2005) Un entorno político favorable puede brindar oportunidades para colaboraciones y financiamiento.

#### **Requisitos para Abrir una Fundación en Bogotá:**

#### **Registro Legal:**

- Para abrir una fundación en Bogotá, *“es necesario registrar legalmente la entidad. Esto puede incluir la elaboración de estatutos, la elección de directores y la presentación de la documentación necesaria ante las autoridades competentes.”* (Javier, 2018)

### **Régimen Fiscal:**

- La fundación debe cumplir con los requisitos fiscales establecidos por la legislación colombiana. *“Esto puede incluir la obtención de un número de identificación fiscal y la presentación regular de declaraciones fiscales.”* (Javier, 2018)

### **Documentación Requerida:**

- *“Se debe proporcionar documentación completa, como actas de constitución, estatutos, listas de directores y beneficiarios, y otra información relacionada con la fundación.”* (Torres, 2016)

### **Registro ante Entidades Gubernamentales:**

- Dependiendo del enfoque y actividades de la fundación, podría ser necesario registrarse ante entidades gubernamentales relevantes, como *“el Ministerio de Salud, si se trata de un proyecto relacionado con la salud visual.”* (Hernando, 2022)

### **Cumplimiento Normativo:**

- La fundación debe cumplir con todas las regulaciones y normativas locales que rigen las actividades sin fines de lucro y de beneficencia en Bogotá.

### **Inestabilidad política**

#### **Inestabilidad Política en Ecuador:**

La inestabilidad política en Ecuador puede tener un impacto directo e indirecto en el proyecto de la Fundación Vista para Todos en Bogotá. A continuación, se detallan algunas formas en que esto podría afectar el proyecto:

**Colaboración Transfronteriza:** Si hay inestabilidad política en Ecuador, las relaciones diplomáticas y la cooperación entre Colombia y Ecuador podrían verse afectadas. Esto podría complicar la colaboración y el intercambio de recursos entre la fundación en Bogotá y posibles socios o apoyos en Ecuador.

**Apoyos y Recursos desde Ecuador:** La inestabilidad política podría alterar la disponibilidad de recursos, financiamiento o donaciones provenientes de Ecuador. Cambios en el gobierno o en las políticas pueden influir en las prioridades y el compromiso de las entidades en Ecuador hacia proyectos benéficos en otros países.

**Tráfico Fronterizo y Logística:** La inestabilidad política podría afectar la logística de importación de lunas y armazones desde Ecuador a Bogotá. Interrupciones en el comercio y en el tráfico fronterizo podrían causar retrasos o aumentos en los costos logísticos.

**Riesgo de Inversiones:** Si la inestabilidad política afecta la economía ecuatoriana, podría haber un impacto en la inversión en proyectos filantrópicos en Bogotá. Las empresas y organizaciones en Ecuador podrían priorizar sus recursos en medio de la incertidumbre política.

**Percepción Pública y Participación:** La inestabilidad política puede afectar la percepción pública y la participación en proyectos benéficos. Las personas en Ecuador podrían estar más enfocadas en asuntos políticos internos en lugar de apoyar actividades caritativas en otros países.

### **Reglamentos del comercio internacional**

Los reglamentos del comercio internacional en Bogotá, al igual que en cualquier otra ciudad o país, están diseñados para regular el flujo de bienes y servicios a través de las fronteras y garantizar un comercio justo y equitativo.

**Aranceles y Tarifas Aduaneras:** Bogotá, como parte de Colombia, tiene regulaciones sobre los aranceles y las tarifas aduaneras que se aplican a las importaciones y exportaciones. Estos impuestos pueden variar según el tipo de producto y el país de origen o destino.

**Documentación Aduanera:** Para importar o exportar productos, se requiere una serie de documentos aduaneros, como la factura comercial, la lista de empaque, la declaración de aduana y otros documentos específicos según el tipo de producto. Estos documentos son necesarios para cumplir con los requisitos aduaneros y legales. (Torres, 2016)

**Requisitos de Etiquetado y Empaque:** *“La inestabilidad política en Ecuador podría afectar directa e indirectamente nuestro proyecto en la Fundación Vista para Todos en Bogotá en lo que respecta a los requisitos de etiquetado y empaque de los productos.”* (Javier, 2018) En situaciones de incertidumbre política, es posible que se implementen cambios en las regulaciones comerciales y aduaneras entre países. Esto podría llevar a modificaciones en los requisitos de etiquetado y empaque de los productos que importamos desde Ecuador para apoyar nuestro programa.

Si las regulaciones cambian repentinamente, podríamos enfrentar desafíos logísticos y económicos para cumplir con los nuevos estándares, lo que a su vez podría impactar nuestra capacidad para brindar atención oftalmológica de calidad a aquellos que lo necesitan. Por lo tanto, es esencial mantenernos informados sobre los desarrollos políticos en Ecuador y tener planes de contingencia para adaptarnos a posibles cambios en los requisitos de etiquetado y empaque.

**Normativas Sanitarias y de Calidad:** Algunos productos, especialmente alimentos, medicamentos y productos médicos, están sujetos a regulaciones sanitarias y de calidad estrictas. Es fundamental cumplir con estas normativas para garantizar la seguridad y la calidad de los productos importados o exportados.

**Licencias y Permisos Especiales:** Algunos productos pueden requerir licencias o permisos especiales para su importación o exportación. Estos pueden ser necesarios por razones de seguridad nacional, protección del medio ambiente u otros motivos específicos.

**Restricciones de Importación y Exportación:** Algunos productos pueden estar sujetos a restricciones de importación o exportación debido a consideraciones económicas, políticas o de seguridad. Es importante estar al tanto de estas restricciones antes de realizar operaciones comerciales.

**Cumplimiento de Normativas Internacionales:** Bogotá, como parte de Colombia, también está sujeta a tratados y acuerdos comerciales internacionales. Cumplir con estas normativas es esencial para aprovechar los beneficios de los acuerdos comerciales y evitar posibles sanciones.

**Agentes de Aduana y Asesores:** Dado que los reglamentos aduaneros pueden ser complejos, muchas empresas optan por trabajar con agentes de aduana o asesores comerciales para asegurarse de que cumplen con todos los requisitos y procedimientos adecuadamente. (Javier, 2018)

### **Impuestos fronterizos.**

#### **Para exportar lunas y armazón.**

Los impuestos fronterizos para exportar lunas y armazones desde Ecuador a Bogotá, Colombia, dependerán de las regulaciones aduaneras y fiscales de ambos países. Aquí hay algunos puntos a considerar en relación con los impuestos fronterizos:

**Aranceles de Exportación e Importación:** Los aranceles son impuestos que se aplican a los bienes que cruzan las fronteras. Tanto Ecuador como Colombia tienen tasas arancelarias que pueden variar según el tipo de producto. Es importante consultar la legislación aduanera de ambos países para conocer las tasas aplicables a lunas y armazones específicos.

**Acuerdos Comerciales:** Ecuador y Colombia pueden tener acuerdos comerciales bilaterales o multilaterales que afecten los aranceles y las tarifas para ciertos productos. Estos acuerdos pueden reducir o eliminar ciertos impuestos en función de las condiciones acordadas entre los países.

**Valor Aduanero:** El valor de los productos (lunas y armazones) puede influir en la cantidad de impuestos que se aplican. El valor aduanero se calcula generalmente

en función del precio de venta, y es importante que sea declarado correctamente para evitar problemas aduaneros.

**Tratamiento Aduanero Específico:** Algunos productos pueden recibir tratamientos aduaneros específicos debido a su naturaleza, uso u origen. Por ejemplo, si los productos son considerados bienes de capital o insumos, podrían estar sujetos a regímenes aduaneros especiales con tasas preferenciales.

**Exenciones y Beneficios Fiscales:** Algunos productos pueden ser elegibles para exenciones o beneficios fiscales en determinadas circunstancias. Esto podría estar relacionado con proyectos de beneficencia, programas de donaciones u otros aspectos específicos del comercio.

**Consultar con Profesionales:** Dado que las regulaciones fiscales y aduaneras pueden ser complejas, es recomendable trabajar con agentes de aduana, asesores fiscales o expertos en comercio internacional que puedan ayudarte a comprender y cumplir con los requisitos adecuadamente.

**Documentación Aduanera Completa:** Al exportar productos, es crucial presentar una documentación aduanera completa y precisa. Esto incluye facturas comerciales, declaraciones aduaneras, documentos de transporte y otros papeles relevantes.

## **Factores económicos**

### **Tipo de Cambio peso colombiano vs. USD:**

El tipo de cambio entre el peso colombiano y el dólar estadounidense es un factor crítico, ya que puede influir en el costo de los productos importados, como las lunas y armazones. Una depreciación del peso colombiano frente al dólar podría aumentar los costos de importación, lo que podría afectar la viabilidad económica del proyecto y los precios de los productos que ofrece la fundación.

### **Inflación:**

La tasa de inflación en Bogotá y Colombia en general es importante para el proyecto, ya que puede impactar los costos operativos, los precios de los bienes y servicios, y la capacidad de compra de los consumidores. Un aumento significativo

en la inflación podría reducir el poder adquisitivo de las personas, lo que podría afectar la demanda de los servicios y productos de la fundación.

### **Impuestos que Pagan los Locales Físicos:**

Los impuestos que pagan los locales físicos, como los comercios y organizaciones, son relevantes para la fundación. Estos impuestos podrían afectar los costos operativos, especialmente si la fundación tiene un local físico en Bogotá. Es importante entender la estructura tributaria local y asegurarse de cumplir con las obligaciones fiscales.

Un aumento en la inflación podría afectar el poder adquisitivo de las personas y, a su vez, influir en la demanda de los productos y servicios de la fundación. Además, las fluctuaciones en el tipo de cambio pueden tener un impacto directo en los costos de importación de productos.

Al evaluar estos factores económicos, es esencial considerar cómo pueden afectar la viabilidad financiera del proyecto y qué estrategias se pueden implementar para mitigar los riesgos y aprovechar las oportunidades. Un análisis cuidadoso de estos factores permitirá tomar decisiones informadas en relación con la operación y el crecimiento de la Fundación Vista para Todos en Bogotá.

### **Factores sociales**

#### **Imagen Empresarial, Cómo Ven a las Fundaciones:**

La imagen empresarial de las fundaciones es un factor importante para considerar. Las percepciones públicas sobre las fundaciones pueden variar. Algunas personas las ven como organizaciones altruistas y de ayuda social, mientras que otras pueden ser más escépticas. La forma en que la fundación se presenta y comunica sus objetivos y actividades influirá en cómo es percibida por la sociedad.

#### **Opinión del Consumidor:**

La opinión del consumidor es relevante, ya que las decisiones de donar, apoyar o utilizar los servicios de la fundación pueden verse afectadas por cómo los

consumidores perciben su misión y propósito. Si la fundación tiene una reputación positiva, es más probable que atraiga donaciones y voluntarios, así como usuarios de sus servicios.

### **Ayuda Social**

La percepción de la ayuda social y el impacto que tiene la fundación en la comunidad pueden influir en su aceptación y apoyo. Si la fundación está cumpliendo con su misión de brindar asistencia y beneficios reales a las personas necesitadas, es más probable que genere un impacto positivo y sea vista favorablemente por la sociedad.

Es importante tener en cuenta que estos factores sociales y culturales pueden ser subjetivos y variar según la opinión individual y las percepciones de diferentes grupos. La comunicación efectiva, la transparencia en las operaciones y la demostración del impacto social positivo pueden contribuir a una imagen empresarial positiva y una opinión favorable del consumidor. También es fundamental destacar el propósito social de la fundación y cómo contribuye al bienestar de la comunidad.

Al analizar estos factores, es crucial considerar cómo la fundación se presenta ante el público y cómo sus actividades y logros están alineados con los valores y expectativas de la sociedad en Bogotá. Esto puede ayudar a construir una reputación sólida y a generar confianza entre los stakeholders y la comunidad en general.

### **Factores tecnológicos.**

#### **Estadísticas de Aumento de Uso de Pantallas que Aumenta el Uso de Lentes:**

El aumento en el uso de pantallas electrónicas, como dispositivos móviles y computadoras, se ha asociado con problemas visuales como la fatiga ocular y la miopía. Si hay estadísticas disponibles que demuestren un aumento en el uso de pantallas y un correlato aumento en la necesidad de lentes correctivos, esto puede respaldar la relevancia y la demanda de los servicios que ofrece la fundación.



### **Tendencias Tecnológicas de las Ópticas:**

Las ópticas también se han beneficiado de las tendencias tecnológicas. Nuevas tecnologías como lentes de contacto avanzados, gafas con protección contra la luz azul y equipos de diagnóstico visual más precisos están influyendo en cómo las ópticas operan y atienden a los pacientes. Si la fundación puede mantenerse al día con estas tendencias y adoptar tecnologías relevantes, podría aumentar su eficiencia y la calidad de sus servicios.

El uso creciente de pantallas y las tendencias tecnológicas en las ópticas pueden influir en la demanda y las expectativas de los usuarios de los servicios de la fundación. Mantenerse al tanto de estos factores tecnológicos puede permitir que la fundación ofrezca soluciones más efectivas y se mantenga relevante en un entorno en constante cambio.

Al analizar estos factores tecnológicos, es importante evaluar cómo pueden afectar las operaciones y la estrategia de la fundación. Esto puede implicar la adopción de tecnologías que mejoren la experiencia del paciente, la eficiencia en el diagnóstico y la comunicación, así como la educación y sensibilización sobre los posibles impactos negativos del uso excesivo de pantallas en la salud visual.

### **Factores ecológicos.**

#### **Políticas Ambientales en Bogotá:**

Las políticas ambientales en Bogotá son importantes ya que pueden influir en las operaciones y en cómo se percibe la fundación en términos de sostenibilidad y responsabilidad ambiental. Las regulaciones relacionadas con la gestión de residuos, el consumo de energía y el uso sostenible de recursos podrían afectar las prácticas operativas de la fundación.

**Reciclaje:**

La importancia del reciclaje y la gestión adecuada de residuos en Bogotá es un factor para considerar. Si la fundación utiliza materiales reciclables en su operación o si promueve el reciclaje entre sus beneficiarios y la comunidad, esto podría reflejar un compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente.

**Riesgos Naturales en Bogotá:**

Los riesgos naturales en Bogotá, como terremotos, inundaciones o deslizamientos de tierra pueden afectar la operación y los servicios de la fundación. Evaluar los riesgos naturales y desarrollar medidas de mitigación y respuesta adecuadas es esencial para garantizar la seguridad de las personas y la continuidad de las operaciones.

Al considerar estos factores ambientales, es importante que la fundación esté alineada con las políticas ambientales locales y que adopte prácticas sostenibles siempre que sea posible. Esto puede no solo mejorar la percepción de la fundación en términos de responsabilidad social, sino también garantizar que las operaciones sean resilientes ante posibles riesgos naturales o cambios en las regulaciones ambientales.

La consideración de estos factores ambientales puede ser crucial para el desarrollo y la ejecución exitosa del proyecto "Fundación Vista para Todos" en Bogotá, y puede contribuir a una imagen positiva y un impacto sostenible en la comunidad.

**Factores legales.****Salarios en Bogotá:**

Los salarios en Bogotá afectan directamente la capacidad de la fundación para atraer y retener talento. Es importante considerar el nivel de los salarios ofrecidos para asegurarse de que sean competitivos en el mercado laboral local y que permitan atraer y mantener a profesionales calificados y comprometidos.

### **Derechos de los Trabajadores:**

Los derechos de los trabajadores están regulados por leyes laborales y normativas en Colombia. Es fundamental cumplir con los derechos básicos de los empleados, como salario mínimo, horas de trabajo, descansos, seguridad social y otros beneficios establecidos por la legislación laboral.

### **Seguridad Laboral:**

La seguridad laboral es primordial para cualquier organización. Asegurarse de que los empleados y voluntarios estén protegidos mientras trabajan en las instalaciones de la fundación o participan en actividades relacionadas es esencial. Esto incluye proporcionar un entorno de trabajo seguro y medidas de prevención de riesgos laborales.

### **Reglamentos y Beneficios de las Fundaciones:**

Las fundaciones en Colombia están sujetas a regulaciones específicas en cuanto a su constitución y operación. Esto puede incluir aspectos como la gobernanza, los informes financieros y el cumplimiento de requisitos fiscales. Además, las fundaciones pueden brindar beneficios específicos a sus empleados y voluntarios como parte de su misión y propósito social.

Al analizar estos factores laborales y legales, es importante asegurarse de que la fundación cumple con las leyes laborales y los reglamentos establecidos, y de que ofrece un ambiente de trabajo seguro y favorable. Además, alinearse con los valores y misión de la fundación al proporcionar beneficios y condiciones laborales adecuados puede contribuir a la retención de empleados y voluntarios, así como a la reputación positiva de la fundación en la comunidad.

### **FUERZAS DE PORTER**

#### **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES**

Al momento encontramos que los fuertes Rivales en el mercado colombiano son:

FICIO - Fundación Instituto Colombiano de Investigaciones Oftalmológicas.

- Fundonal -
- Fundación Barraquer
- Fundación oftalmología colombiana - provisión
- Fundación Oftalmológica de Santander – FOSCAL

Clínica Santa Lucia

### **AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES (EFECTO: MODERADO)**

Sabes que cuan más fácil sea poder ingresar con el producto al mercado, mayores amenazas de competencia, por ello hemos detectado las barreras de entradas sujetas al proyecto de Internacionalización de Fundación Vista Para Todos en el país de Colombia como:

Las inversiones de capital: Aquí destacaremos la inversión en equipos con tecnología moderna, instalaciones, mantenimientos, por lo que el nivel de inversión es alto, lo que no permite que haya muchos competidores enfocados en la proyección de nuestro mercado.

Las economías de escales también resultan en una barrera importante ya que aquí ingresan las competencias existentes que cuentan con esta ventaja.

Podemos destacar que la ventaja ante la amenaza de nuevos competidores destacara en las funciones como Fundación, lo que nos permitiría iniciar una secuencia como economía de escala.

La entrada de nuevos participantes en el ámbito de la atención oftalmológica sin fines de lucro puede variar en Colombia. La experiencia y el conocimiento de la fundación podrían dificultar la entrada de nuevos actores. Sin embargo, factores como las barreras regulatorias y culturales podrían tener un efecto moderado en la amenaza de nuevos participantes.

### **PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES (EFECTO: BAJO)**

Dado que la fundación está centrada en brindar servicios médicos, incluyendo cirugías oftalmológicas, el poder de negociación de los proveedores médicos podría ser bajo. La demanda de servicios médicos y la misión social de la fundación pueden reducir el impacto del poder de negociación de los proveedores.

Para nosotros es importante llegar con un producto accesible, pero de buena calidad que brinde una experiencia realmente satisfactoria tanto en el Ámbito de servicio (área médica), como en sus productos (lentes, gafas, etc.).

Para ello realizaremos una proyección de gastos con los proveedores actuales y cuál sería el costo de cambiarlos por otros que nos brinden mayores beneficios sin bajar la calidad del producto y nos permita ingresar con precios convenientes y atractivos tomando en cuenta que, aunque no existe mucha competencia algunos de ellos cuentan con precios bastante convenientes aunque se debería hacer un estudio más profundo con respecto a la calidad de los mismos. Con ello lo que se busca es tener varios proveedores con opciones diversas que nos permitan ingresar con variedad.

### **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES (EFECTO: MODERADO)**

Dependiendo de la comunidad y la población en Colombia a la que la fundación sirva, el poder de negociación de los pacientes y las comunidades puede variar. Si la fundación ofrece servicios especializados y de calidad en regiones con acceso limitado a la atención oftalmológica, el poder de negociación de los clientes podría ser moderado. Sin embargo, la capacidad de los pacientes para buscar alternativas y servicios de calidad podría influir en el efecto.

Es por eso que partiremos con nuestro diferenciador mismo que permitirá llegar a fidelizar a nuestros posibles clientes, sabemos que hoy en día los consumidores están más informados gracias al Internet por ello es más fácil que hagan una

comparación de precios entre sus futuros proveedores y con ello una presión mayor. Al haber diferentes clientes con los que se pretende interactuar, nos obliga a tener variedad en productos y precios, y a la vez considerar que en la mayoría serán clientes que frecuentaran el servicio o producto en un lapso de 6 meses a 1 año en productos (ejemplo: lentes) y de unas 5 veces al año si se trata de cirugías etc. y donde dependerá de su experiencia para su regreso.

### **AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS (EFECTO: BAJO)**

Dado que la fundación se enfoca en atención oftalmológica para comunidades de bajos recursos, las opciones de tratamiento y atención son limitadas, lo que reduce la amenaza de productos sustitutos significativos. La especialización y la misión social de la fundación pueden mitigar en gran medida esta amenaza.

### **PRINCIPALES COMPETIDORES EN OPTICAS**

En Bogotá, Colombia, hay una variedad de tiendas y cadenas de ópticas que compiten en el mercado. Algunos de los principales rivales incluyen:

1. Ópticas GMO
2. Ópticas Lux
3. Ópticas La Concordia
4. Ópticas Óptima
5. Ópticas Alain Afflelou
6. Óptica Alemana

Es importante destacar que en Bogotá también hay establecimientos de diseño local y tiendas independientes que compiten en el mercado de ópticas, y que hay una gran competencia entre ellos. Los clientes pueden elegir entre una variedad de factores, incluida la ubicación, el precio, la atención al cliente y la calidad de los productos.

## **PRECIOS ESTIMADOS EN FUNDACIONES VISUALES**

En Colombia, las fundaciones visuales brindan servicios oftalmológicos a precios razonables a personas que no tienen acceso a atención médica especializada en salud visual. Los precios pueden variar según la región y los servicios que brinda cada fundación, pero estos son algunos ejemplos de precios típicos:

- El costo de una consulta oftalmológica oscila entre \$50.000 y \$100.000 pesos colombianos, lo que equivale entre \$13 y \$26 dólares americanos.
- El costo de los exámenes de vista oscila entre los 20.000 y 60.000 pesos colombianos, lo que equivale entre \$5 y \$16 dólares americanos.
- Los lentes graduados tienen un precio de \$50.000 pesos colombianos, lo que equivale a \$13 dólares americanos.
- El costo de la cirugía de cataratas oscila entre 1.500.000 y 4.000.000 pesos colombianos (392 a 1.047 dólares americanos), dependiendo del tipo de intervención y de la fundación.
- Tratamientos para enfermedades oculares: el costo puede variar dependiendo del tipo de tratamiento, pero algunas fundaciones ofrecen tratamientos por \$400.000.
- pesos colombianos (\$105 dólares americanos) por sesión.

Es importante mencionar que muchos de estos servicios son subsidiados o gratuitos para personas de bajos ingresos, y en algunas fundaciones se realizan jornadas de atención en zonas rurales o de difícil acceso.

## FODA

### Fortalezas

- Precio Bajos
- Alta Calidad
- Marca establecida con más de 30 años en el mercado
- Locales reales funcionando en Ecuador y Colombia incluso en la frontera Tulcán, Pasto
- Pedidos al por mayor generando más ganancias / Modelo de negocio comprobado
- Laboratorio Propio en Ecuador
- Flota de autos / cadena de distribución apropiada para transportar pacientes y mensajería (lentes por elaborar, cajas etc.)
- Equipo consolidado con experiencia que puede ir las primeras semanas de apertura de los nuevos locales a demostrar los procesos y dar una capacitación e inducción a los nuevos empleados

### Dificultades

- Barreras legales
- Barreras Políticas
- Puede ser demoroso registrar la marca en otro país
- Precios de la competencia pueden ser más competitivos que en Ecuador
- La tendencia en modelos de Ecuador no es la misma que en Colombia o Perú
- Se debe conocer bien las leyes de los nuevos países para lograr importar los almacenes o equipo médico necesario y que estos no se estanquen en la aduana

### Oportunidades

- Pueden no existir fundaciones visuales en Perú



- No existe una fundación grande en Perú que entregue masivamente lentes y haga campanas de cirugías gratuitas
- Los impuestos para las importaciones son bajos por ser Fundación
- La documentación en su mayoría esta lista y actualizada para permisos etc.
- Es más fácil invertir en otro país debido a que el dólar es más alto que la moneda colombiana o peruana

### **Amenazas**

- Pueden existir monopolios de ópticas grandes que no permitan el ingreso de la marca
- El salario mínimo puede variar al igual que el alquiler del local puede ser más alto que en Ecuador
- El precio del examen visual en otras ópticas puede ser más bajo al que estamos acostumbrados en ecuador
- El costo de las cirugías puede ser más bajos que en Ecuador por el cambio de moneda
- Puede ser difícil legalizar el título de un optómetra ecuatoriano que vaya a Colombia

## **PLAN ESTRATEGICO:**

### **Misión:**

La misión de la Fundación Vista para Todos es promover la salud visual y el acceso a la atención oftalmológica de calidad para todas las personas, especialmente aquellas en situación de vulnerabilidad. Nos comprometemos a prevenir, diagnosticar y tratar enfermedades oculares, y a fomentar la inclusión y la igualdad de oportunidades para aquellos que padecen problemas de visión.

### **Visión:**

Nuestra visión es ser una organización líder en la promoción de la salud visual a nivel nacional e internacional. Trabajamos para construir una sociedad en la que todas las personas tengan acceso a una atención oftalmológica adecuada, independientemente de su situación económica o social. Buscamos ser reconocidos por nuestro compromiso con la excelencia en la atención médica, la innovación en la investigación y la educación en salud ocular.

### **Valores:**

**Accesibilidad:** Creemos en la igualdad de acceso a la atención oftalmológica para todas las personas, sin importar su origen étnico, género, edad o situación económica. Trabajamos para eliminar las barreras físicas, económicas y culturales que limitan el acceso a la atención ocular.

**Calidad:** Nos esforzamos por ofrecer servicios de salud visual de la más alta calidad. Buscamos la excelencia en nuestros procedimientos médicos, en la formación de nuestro personal y en la implementación de tecnologías innovadoras para el diagnóstico y tratamiento de enfermedades oculares.

**Compromiso:** Estamos comprometidos con mejorar la calidad de vida de las personas a través de la atención oftalmológica. Nuestro compromiso se extiende más allá de los servicios médicos, ya que

también nos esforzamos por educar a la comunidad sobre la importancia de la salud visual y la prevención de enfermedades oculares.

**Colaboración:** Reconocemos la importancia de la colaboración con otras instituciones, organizaciones y profesionales de la salud. Buscamos establecer alianzas estratégicas para ampliar nuestro alcance y maximizar el impacto de nuestras acciones en beneficio de las personas con problemas de visión.

**Ética:** Actuamos con integridad, transparencia y ética en todas nuestras actividades. Nos guiamos por los más altos estándares de conducta profesional y respetamos la confidencialidad y privacidad de nuestros pacientes.

Estos son los principios fundamentales que guían el trabajo de la Fundación Vista para Todos en su compromiso de brindar atención oftalmológica de calidad y promover la salud visual para todos.

## **OBJETIVOS**

- **Proporcionar atención oftalmológica de calidad:** El objetivo principal de la fundación es brindar servicios oftalmológicos de alta calidad a todas las personas, especialmente a aquellas en situación de vulnerabilidad, con el fin de prevenir, diagnosticar y tratar enfermedades oculares.
- **Promover la salud visual:** La fundación busca crear conciencia sobre la importancia de la salud visual y promover prácticas de cuidado ocular adecuadas en la comunidad. Su objetivo es educar a las personas sobre los factores de riesgo, la prevención y la detección temprana de enfermedades oculares.
- **Garantizar el acceso equitativo a la atención oftalmológica:** La fundación se esfuerza por garantizar que todas las personas, independientemente de su situación económica o social, tengan acceso equitativo a servicios oftalmológicos de calidad. Busca eliminar las

barreras que limitan el acceso a la atención ocular, ya sea físicas, económicas o culturales.

## ESTRATEGIAS

- **Establecer alianzas estratégicas:** La fundación busca establecer colaboraciones con otras organizaciones, instituciones y profesionales de la salud para ampliar su alcance y maximizar el impacto de sus acciones. Esto incluye colaboraciones con hospitales, clínicas, empresas y ONG relacionadas con la salud visual.
- **Recaudación de fondos y búsqueda de recursos:** La fundación se compromete a buscar y obtener recursos financieros y materiales para financiar sus actividades. Esto implica la realización de campañas de recaudación de fondos, solicitar subvenciones y buscar donaciones de individuos, empresas y organizaciones interesadas en apoyar la salud visual.
- **Desarrollo de programas de prevención y educación:** La fundación implementa programas de prevención y educación ocular para informar a la comunidad sobre la importancia de la salud visual y fomentar prácticas de cuidado adecuadas. Esto puede incluir la realización de campañas de sensibilización, talleres educativos y la distribución de materiales informativos.
- **Mejora continua de la calidad de atención:** La fundación se compromete a mejorar constantemente la calidad de su atención oftalmológica. Esto implica capacitación y actualización constante del personal médico, la adopción de tecnologías avanzadas para el diagnóstico y tratamiento, y la implementación de prácticas basadas en evidencia.
- **Ampliar el alcance de atención:** La fundación busca expandir su alcance para poder atender a un mayor número de personas necesitadas. Esto puede implicar la apertura de nuevas clínicas o

consultorios en áreas de difícil acceso, la organización de campañas médicas móviles y la participación en programas comunitarios de atención ocular.

Estas estrategias ayudan a la Fundación Vista para Todos a cumplir sus objetivos y avanzar en su misión de promover la salud visual y garantizar el acceso a la atención oftalmológica de calidad.

**TABLA 2. : MERCADO OBJETIVO**

<b>Segmento de Mercado</b>	<b>Número Estimado de Personas</b>	<b>Ubicación Geográfica</b>	<b>Características Clave</b>
<b>Comunidades Rurales</b>	200,000	Regiones Andinas y Costeras	Acceso limitado a atención médica, baja disponibilidad de servicios, bajos ingresos.
<b>Barrios Urbanos Marginales</b>	150,000	Áreas metropolitanas principales	Dificultades económicas, carencia de recursos para servicios médicos.
<b>Grupos Indígenas</b>	50,000	Regiones Amazónicas y Pacíficas	Diversidad cultural, necesidades específicas de atención oftalmológica.

<p><b>Población de la tercera edad</b></p>	<p>100,000</p>	<p>Varios lugares a lo largo del país</p>	<p>Mayor incidencia de problemas visuales relacionados con la edad.</p>
--	----------------	---	---

**Fuente:** “Plan de mejoramiento de la fundación Vista para Todos, 2020”

Clientes en su edad de adultez y vejez buscan cirugías de ojos más que lentes por esta razón son ellos quienes realmente gastan más dinero ya que una cirugía tiene un costo más alto que unos lentes.

Clientes desde su infancia hasta su juventud buscan lentes y de acuerdo con su posición social varía lo que gastan en sus lentes si es de clase media a alta puede elegir unos lentes de marca y por la misma forma el material de sus lunas será más costoso. Si estos clientes son de clase media a baja escogerán armazones y lunas más económicas y optarán por las promociones vigentes.

### **Ventajas**

Todos los clientes eligen la marca por el boca a boca por el prestigio de la marca y por la calidad por experiencia propia que han experimentado sea en una cirugía o en unos lentes. También eligen ir a la fundación vista para todos por el tiempo que tienen en el mercado y debido a que tiene locales cerca a sus domicilios y por su gran variedad de modelos y por las amplias especialidades que se ofrece y su alta tecnología y precio accesible.

**Primer perfil del consumidor:** Según Bayona Carlos *“de las 100,000 personas pertenecientes a la población de la tercera edad tan solo el 45% de ellas concurren a la óptica generalmente por problemas de visión.”* (Carlos, 2022) Consultan por recetas. Prefieren la óptica del barrio por cercanía y garantía. La tradición de la

óptica en la zona llevó a que distintas generaciones puedan elegirla. La variable edad no es un aspecto determinante, ya que el consumidor puede ser un simple estudiante que sufre de una pequeña miopía hasta un jubilado que tiene problemas serios de visión, y necesita constantes ajustes en los lentes que utiliza.

El nivel socioeconómico es de clase media.

**Segundo perfil de consumidor:** Se preocupan por el diseño y el estilo de los lentes que van a usar. Es un público s principalmente joven. Por lo general, no tienen una relación directa con la óptica ya que no sufren problemas de visión crónicos. Creen que los anteojos de sol solo cumplen una función estética. La variable precio es otro factor, ya que es lo que determina a que elijan locales que venden réplicas en anteojos de sol.

### **Otros Clientes Potenciales**

- Jóvenes independizados
- Conductores (es un requisito para la licencia tener un examen visual, el usar lentes está establecido en la licencia de cada uno)
- Personas que ya han usado lentes antes así hayan adquirido el mismo en cualquier otra óptica

### **Cifras de Bogotá Colombia sobre problemas visuales**

Según la OMS,

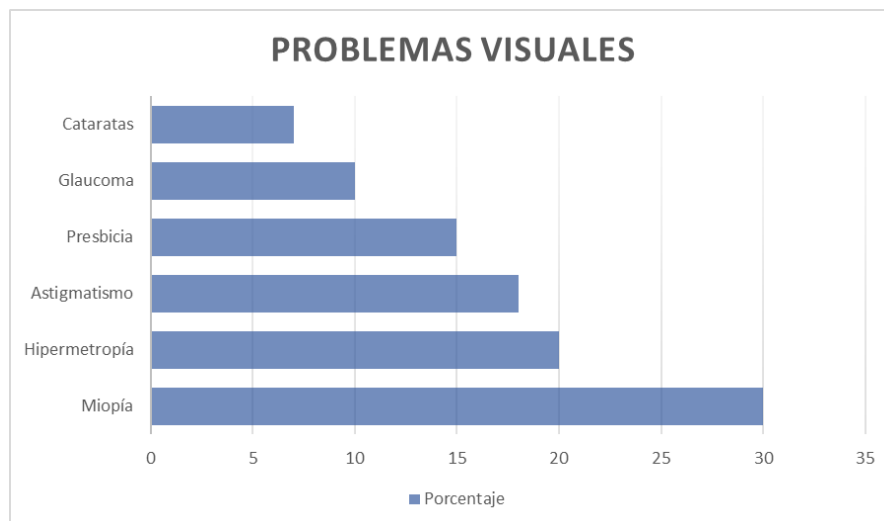
la población de Bogotá con discapacidad visual está cerca las 300 mil personas, de los cuales 120 mil son hombres y 170 mil mujeres.

En Colombia, los problemas visuales son muy comunes y pueden ser causados por una variedad de razones. (OMS, 2018)

Las siguientes prevalencias se indican por datos:

1. Miopía: afecta alrededor del 30% de la población, particularmente en jóvenes y adolescentes.
2. La hipermetropía afecta al 20% de la población -Bogotá
3. Aproximadamente el 18 % de la población tiene astigmatismo.
4. La presbicia es un problema visual que aparece con la edad y afecta a más de la mitad de la población mayor de 40 años siendo un 19%
4. Glaucoma: alrededor del 3% de la población con más de 40 años tiene esta enfermedad y aumenta con la edad.
5. Aproximadamente el 10% de las personas mayores de 55 años tiene catarata, una enfermedad ocular.

**CUADRO 2.3: PROBLEMAS VISUALES**



**Fuente:** “Agencia Internacional para la Prevención de la Ceguera, 2023”

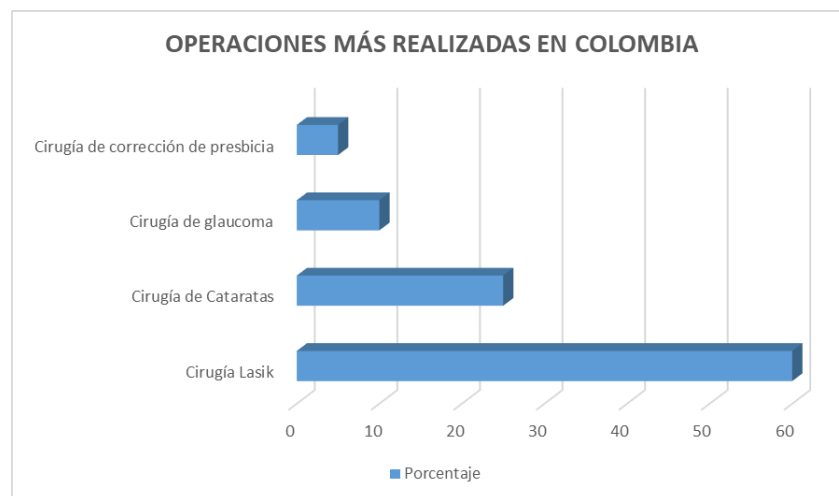
Es importante mencionar que los problemas visuales pueden evitarse o detectarse a tiempo mediante revisiones regulares en un centro de salud visual y medidas preventivas como usar gafas con filtro UV, limitar el uso de pantallas o jugar al aire libre para prevenir la miopía.



### Operaciones más realizadas en Colombia

1. Se cree que alrededor del 60% de las cirugías visuales realizadas en Colombia son de tipo Lasik.
2. Cirugía de cataratas: Se estima que esta cirugía representa aproximadamente el 25% de todas las operaciones oculares realizadas en el país.
3. La cirugía de glaucoma: aproximadamente el 10 al 15 % de todas las cirugías oculares realizadas en Colombia son de este tipo.
4. La cirugía de corrección de la presbicia es solo una pequeña parte de las operaciones visuales que se realizan en aproximadamente un 5%. (Copcarles, 2021)

#### **CUADRO 2.4: OPERACIONES MÁS REALIZADAS EN COLOMBIA**



**Fuente:** “Agencia Internacional para la Prevención de la Ceguera, 2023”

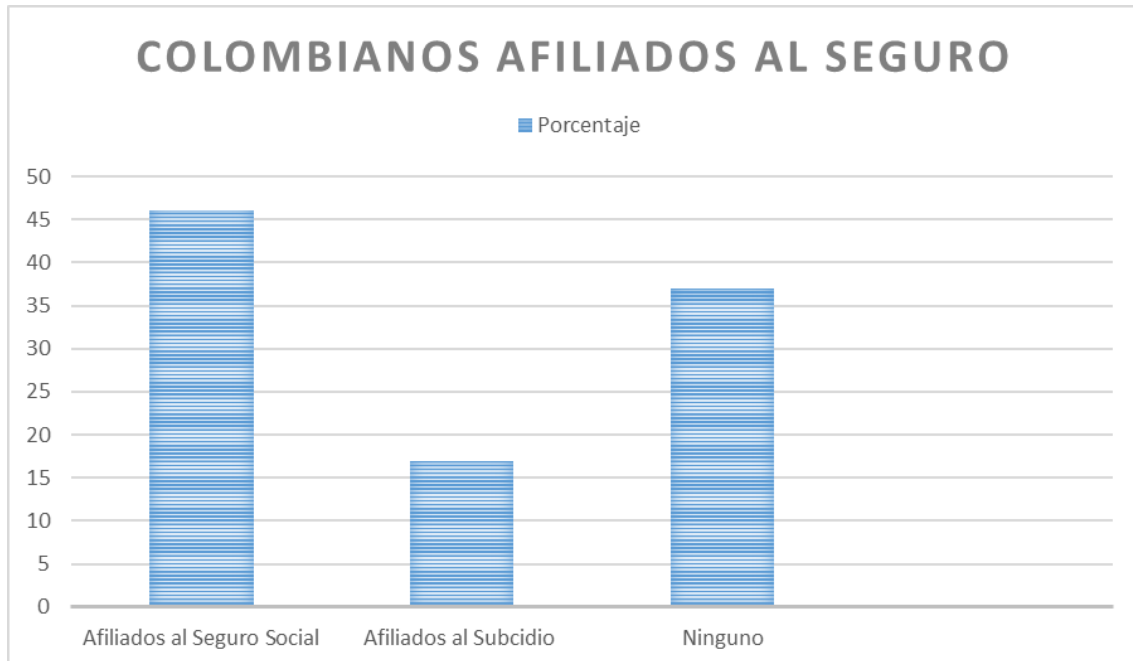
Es importante tener en cuenta que estos porcentajes son aproximados y pueden variar según el lugar y la institución en la que se realice la cirugía, así como la prevalencia de enfermedades oculares en la población en diferentes regiones del país.

### **Colombianos que poseen seguro social**

Hasta 2022, alrededor del 46% de la población colombiana estaba afiliada al régimen contributivo del sistema de seguridad social en salud, mientras que el 17% estaba afiliado al régimen subsidiado. Esto significa que alrededor del 63% de la población colombiana tiene acceso a cobertura en el sistema de seguridad social en salud del país. Es importante tener en cuenta que, mientras que el régimen contributivo se financia con aportes por parte de los trabajadores y empleadores. (Jemio Mendoza, 2019)

El gobierno financia el subsidio para las personas que no tienen suficientes recursos para pagar una cotización en el sistema de seguridad social en salud. Es importante señalar que, para algunas comunidades en Colombia, especialmente en las áreas rurales y en las comunidades más desfavorecidas, el acceso a la atención médica sigue siendo un obstáculo. En Colombia, el gobierno y las organizaciones continúan trabajando para mejorar el acceso a la atención médica para todos.

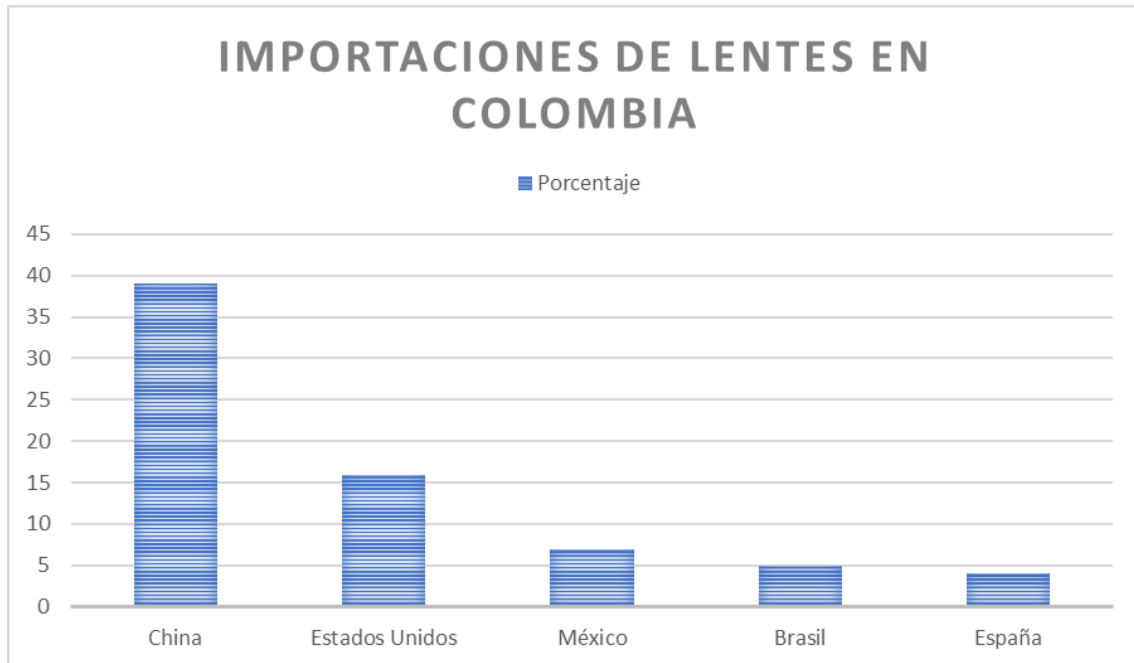
## CUADRO 2.5: COLOMBIANOS AFILIADOS AL SEGURO



**Fuente:** “Accesibilidad a los servicios de salud en Colombia, 2020”

El valor de las importaciones de lentes en Colombia fue de alrededor de 78 millones de dólares en 2022, según los datos del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). Los datos muestran que China es el principal país de origen de las importaciones, con una cuota de mercado del 39%, seguido por Estados Unidos (16%), México (7%), Brasil (5%) y España (4%). Es importante tener en cuenta que los lentes son un artículo de uso diario en Colombia, lo que significa que el mercado de importación de estos productos sigue creciendo. (Hernando, 2022)

Además, la producción local de empresas nacionales, que ofrecen una amplia gama de materiales, diseños y precios, con frecuencia complementa la oferta de lentes importados. La competencia entre los productores ayuda a mantener precios accesibles de los lentes en Colombia.

**CUADRO 2.6: IMPORTACIONES DE LENTES EN COLOMBIA.**


**Fuente:** “Enfermedades oculares, 2021”

### Segmentación de Mercado Potencial

En el siguiente cuadro se explica la segmentación de nuestros clientes potenciales con sus porcentajes establecidos y divididos por las diferentes afectaciones visuales, así como su clasificación por edad y nuestro enfoque de atención en las ramas en las que la Fundación iniciara sus actividades de atención en Bogotá.

MERCADO GENERAL				INFANCIA	6 a 11 años
PERSONAS				ADOLESCENCIA	12 a 18 años
POBLACION	300000	TOTAL POBLACION		JUVENTUD	14 a 26 años
MASCULINO	120000			ADULTEZ	27 a 59 años
FEMENINO	170000			VEJEZ	60 años
MERCADO OBJETIVO					
MIOPIA	30%	Jovenes y adolescentes	→	ENFOQUE	90000
HIPERMETROPIA	20%	Joven adulta	→	ENFOQUE	30000
ASTIGMATISMO	18%	Genaral	→	TOTAL ENFOQUE	120000
PRESBICIA	19%	Adultez Vejez	→	TOTAL PACIENTES	
GLAUCOMA	3%	Adultez Vejez	→		
CATARATA	10%	Vejez	→		
100%					

### **Investigación de validación de prototipo**

La Fundación Vista Para Todos, ha venido trabajando 20 años en la salud visual, considerando dentro de su modelo de negocio las siguientes características:

Otorgar a sus clientes, atención de calidad sin discriminación o preferencias por estatus social.

Entregar a sus clientes precios justos por productos de calidad.

Facilitar cirugías a clientes con bajos recursos económicos sobreponiendo la salud de nuestros clientes sobre sus niveles económicos.

Generar campañas de salud visual temprana en niños y adolescentes para épocas escolares.

Sobre la base de lo antes mencionado, deseamos validar una mejora del prototipo considerando las siguientes características:

- **Diseño arquitectónico accesible y amigable:** El diseño de la sucursal debe ser accesible para personas con discapacidad visual. Para facilitar la movilidad, se pueden incorporar elementos como señalización en Braille, pisos táctiles y espacios abiertos y bien iluminados.
- **Tecnología asistencial:** Los sistemas de reconocimiento de voz, lectores de pantalla y dispositivos apticos pueden ayudar a las personas con discapacidad visual a interactuar con los diversos servicios y recursos disponibles en la sucursal.
- **Ambiente inclusivo:** La sucursal debe ser un lugar que sea acogedor e inclusivo que fomente la participación de las personas con discapacidad visual en el trabajo. Es posible organizar reuniones, talleres y actividades que promuevan la interacción social y el intercambio de experiencias.
- **Servicios especializados:** La sucursal puede brindar servicios especializados para personas con discapacidad visual, como evaluaciones

visuales, asesoramiento sobre rehabilitación visual, capacitación en habilidades de vida diaria y acceso a recursos educativos y laborales adaptados.

- Alianzas estratégicas: Para crear oportunidades de colaboración y aumentar los servicios y beneficios ofrecidos en la sucursal, es crucial establecer alianzas con instituciones y organizaciones locales, como centros educativos, empresas y organismos públicos.
- Innovación en programas de inclusión: La sucursal puede desarrollar programas innovadores de inclusión que incluyan proyectos de arte y cultura accesibles, capacitación en tecnología para personas con discapacidad visual y actividades de sensibilización y promoción de los derechos de las personas con discapacidad.

## HISTORIAL DE INTERACCIONES

### Mejora del prototipo

HIPOTESIS CLAVE	COMIENZO	1ERA INTERACCIÓN	2DA INTERACCIÓN	3ERA INTERACCIÓN
<b>HIPOTESIS DEL PROBLEMA</b>	Muchas personas en Colombia tienen problemas oculares, pero no tienen acceso a servicios médicos oftalmológicos de calidad.	Existen limitaciones financieras.	Falta de información sobre cuidado ocular también contribuye a la falta de atención médica temprana y a la aparición de problemas oculares más graves.	

<p><b>HIPOTESIS DE SOLUCIÓN</b></p>	<p>Una fundación oftalmológica en Colombia puede brindar atención médica oftalmológica de calidad.</p>	<p>Al ser fundación se debería ofrecer servicios y productos a precios accesibles para personas de bajos ingresos.</p>	<p>La educación sobre cuidado ocular puede ayudar a prevenir la aparición de problemas más graves y reducir el costo del tratamiento a largo plazo.</p>	
<p><b>HIPOTESIS DE PRODUCTO</b></p>	<p>La fundación oftalmológica ofrece una amplia gama de servicios médicos oftalmológicos, incluyendo exámenes de la vista, diagnóstico y tratamiento de enfermedades oculares, y cirugía ocular, todo ello a precios accesibles.</p>	<p>La educación sobre cuidado ocular está disponible a través de charlas y talleres gratuitos en comunidades de bajos ingresos.</p>		
<p><b>HIPOTESIS DE MERCADO</b></p>	<p>La población objetivo son personas de</p>	<p>Se espera que haya una demanda</p>	<p>Muchas personas en Colombia</p>	<p>También se espera que la educación</p>

	bajos ingresos en Colombia que no tienen acceso a servicios médicos oftalmológicos de calidad.	significativa de servicios médicos oftalmológicos de calidad a precios accesibles.	pueden pagar los costos de los servicios médicos tradicionales.	sobre cuidado ocular sea valorada por la sociedad para prevenir la aparición de problemas más graves.
--	--	--	---	---

### Resultados de validación

<b>HIPÓTESIS CLAVE</b>	<b>HIPÓTESIS VÁLIDAS</b>	<b>HIPÓTESIS VÁLIDAS</b>	<b>NO NUEVOS APRENDEZAJES</b>
<b>HIPÓTESIS DE PROBLEMAS</b>	1. Muchas personas en la fundación óptica tienen problemas económicos que les impiden recibir una atención oftalmológica	4. Todos los problemas oculares pueden ser curados con unos pocos tratamientos básicos. 5. A los clientes de la fundación optica no les importa la calidad de la atención oftalmológica, solo les	7. Ofrecer servicios médicos oftalmológicos de calidad a precios accesibles mediante la creación de programas de reducción de costos para los clientes más



	<p>adecuada debido a los altos costos de los servicios médicos.</p> <p>2. A menudo hay una falta de información sobre la prevención y el cuidado adecuado de los ojos, lo que puede llevar a problemas oculares más graves en el futuro.</p> <p>3. Las clínicas oftalmológicas</p>	<p>importa pagar lo menos posible.</p> <p>6. Los problemas oculares siempre se pueden prevenir con una buena dieta y ejercicio.</p>	<p>necesitados .</p> <p>8. La educación sobre cuidado ocular debería ser una parte integral de la atención médica oftalmológica, ofreciendo información y recursos para el cuidado y prevención de problemas oculares.</p> <p>9. La fundación debe trabajar en colaboración con otras organizaciones y profesional</p>
--	--	---	--

	<p>tradicionales pueden ser costosas para muchas personas en Colombia, lo que limita el acceso a atención médica oftalmológica de calidad.</p>		<p>es de la salud para ampliar su alcance y ofrecer una atención más completa y accesible para los pacientes de bajos ingresos.</p>
<b>HIPÓTESIS DE SOLUCIÓN</b>	<p>1. Al ofrecer atención médica oftalmológica de calidad a precios accesibles, la fundación oftalmológica puede</p>	<p>4. La atención oftalmológica de calidad no puede ofrecerse a precios accesibles. 5. La educación sobre cuidado ocular no es importante y no tiene un</p>	<p>10. Ofrecer una atención oftalmológica de calidad a precios accesibles implica la búsqueda de varias fuentes de financiamiento y trabajar en</p>

	<p>mejorar la salud ocular de las personas de bajos ingresos en Colombia.</p> <p>2. La educación sobre cuidado ocular puede ser una herramienta efectiva para prevenir problemas oculares más graves y reducir el costo a largo plazo de la atención</p>	<p>impacto significativo en la salud ocular.</p> <p>6. La fundación oftalmológica puede funcionar independiente mente sin colaborar con otras organizaciones o profesionales de la salud.</p>	<p>colaboración con otras organizaciones y profesionales de la salud.</p> <p>11.La educación sobre cuidado ocular debe ser personalizada y enfocada en la prevención de problemas oculares comunes en Colombia.</p> <p>12.Las alianzas estratégicas con otras organizaciones y profesionales de la</p>
--	--	---	--

	<p>oftalmológica. 3. Trabajar con otras organizaciones y profesionales de la salud puede ampliar el alcance de la fundación y mejorar la calidad de la atención médica oftalmológica para los pacientes de bajos ingresos.</p>		<p>salud pueden ayudar a compartir recursos, conocimientos y capacitación para mejorar la calidad de los servicios médicos oftalmológicos brindados por la fundación.</p>
<b>HIPÓTESIS DE PRODUCTO</b>	<p>13.La fundación oftalmológica puede ofrecer</p>	<p>16.La fundación oftalmológica no necesita ofrecer productos</p>	<p>19.La oferta de productos oftalmológicos puede convertirse</p>

	<p>una variedad de productos oftalmológicos a precios accesibles para sus clientes, lo que generará ingresos adicionales para la organización y mejorará la accesibilidad de los pacientes a los productos oftalmológicos necesarios.</p> <p>14.La innovación en productos</p>	<p>adicionales a sus clientes para generar ingresos adicionales.</p> <p>17.La innovación en productos oftalmológicos no es importante y no afectará a la calidad de la atención médica ofrecida por la fundación.</p> <p>18.La fundación oftalmológica no necesita colaborar con proveedores externos para ofrecer productos oftalmológicos de calidad.</p>	<p>en una fuente adicional de ingresos para la organización y mejorar la accesibilidad de los pacientes a los productos necesarios.</p> <p>20.La innovación en productos oftalmológicos puede diferenciar a la fundación oftalmológica de sus competidores y atraer a más clientes.</p> <p>21.La colaboración</p>
--	--	---	---

	<p>oftalmológicos puede ser una forma efectiva de diferenciar a la fundación oftalmológica de sus competidores y atraer a más clientes.</p> <p>15.La colaboración con proveedores locales y nacionales puede mejorar el acceso a productos oftalmológicos de calidad y ayudar a</p>		<p>n con proveedores locales y nacionales puede ayudar a la fundación oftalmológica a mantener sus precios accesibles y mejorar la calidad de los productos oftalmológicos ofrecidos. Además, la elección de proveedores locales puede tener un impacto positivo en la economía local.</p>
--	---	--	--

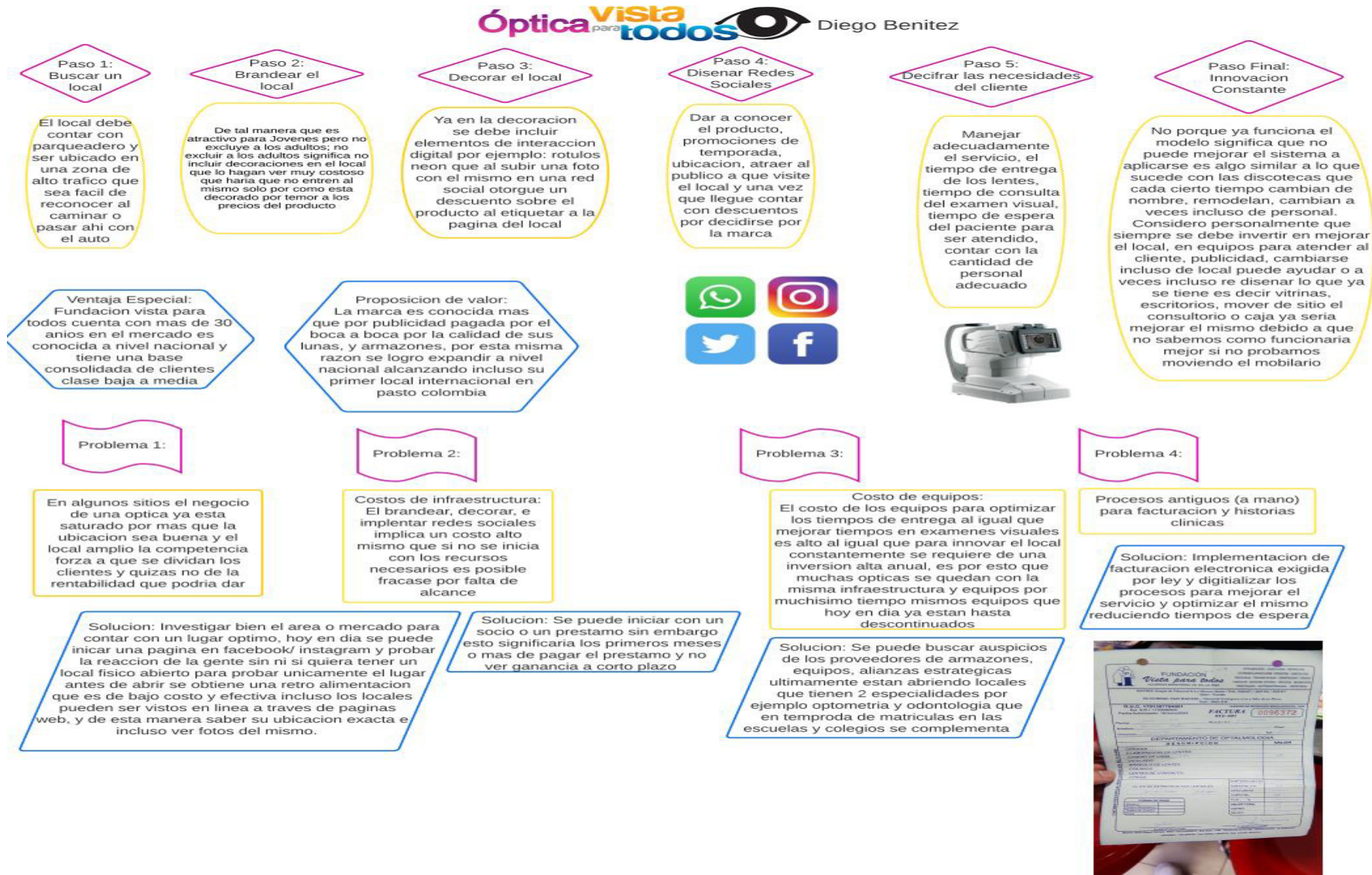
	la fundación a mantener sus precios accesibles.		
<b>HIPÓTESIS DE MERCADO</b>	<p>1. Existe una necesidad insatisfecha de atención oftalmológica asequible y de calidad en la población de bajos ingresos en Colombia.</p> <p>2. Los pacientes de bajos ingresos están</p>	<p>4. La población de bajos ingresos no tiene necesidad o interés en atención oftalmológica de calidad y asequible.</p> <p>5. Los pacientes de bajos ingresos no están dispuestos a viajar grandes distancias para recibir atención médica oftalmológica.</p> <p>6. La fundación</p>	<p>22. La identificación de la necesidad insatisfecha de atención oftalmológica asequible y de calidad puede ayudar a la fundación oftalmológica a enfocar sus esfuerzos de marketing y promoción de manera más efectiva.</p> <p>23. Los pacientes</p>

	<p>dispuestos a viajar mayores distancias para recibir atención oftalmológica asequible y de calidad.</p> <p>3. La fundación oftalmológica tiene potencial para expandir su base de clientes y aumentar su cuota de mercado mediante la promoción de sus servicios a</p>	<p>oftalmológica no tiene potencial para expandir su base de clientes y aumentar su cuota de mercado.</p>	<p>de bajos ingresos pueden estar dispuestos a viajar mayores distancias para recibir atención oftalmológica asequible y de calidad si se les da la información necesaria y se les garantiza una atención de calidad.</p> <p>24. La expansión de la base de clientes y la cuota de mercado de la fundación oftalmológica requiere</p>
--	--	---	---



	comunidades más amplias.		una estrategia de marketing clara y efectiva dirigida a comunidades específicas y necesidades insatisfechas. Además, el uso de tecnologías de comunicación puede ayudar a llegar a un público más amplio y reducir la necesidad de desplazamientos.
--	--------------------------	--	---

**GRAFICO 2.7: ORGANIZADOR GRÁFICO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA OPTICA VISTA PARA TODOS.**





13/06/2023

FUNDACION VISTA PARA TODOS IPS PASTO

Cordial Saludo

Señor: Diego Benítez

Departamento GERENCIAL

La Fundación Vista Para Todos IPS Pasto se encuentra ubicada en la CR 22 # 10 B 27 barrio Boyaca Pasto-Nariño-Colombia, fue creada en el año 2014 con razón social Fundación Vista Para Todos registrada en Cámara de Comercio, DIAN y Alcaldía municipal. Tratando de continuar con la misma visión y proyecto de Ecuador. En sus inicios no fue fácil contar con el registro como Fundación ya que en Colombia estos permisos se encontraban limitados, sin embargo, con muchos esfuerzo y documentación legal, enfocados en nuestra visión se cumplió con el objetivo.

Siguiendo con el desarrollo de la fundación nuestro paso era habilitar servicio de consulta externa en optometría, y se creó como profesional independiente, surgiendo con esto inconvenientes en el momento de realizar publicidad. La fundación vista para todos no se encontraba habitada si no el profesional en salud (Optometra), insatisfechos por este motivo, se decidió buscar información para poder legalizar y constituirlo como tal. En el año 2019 entregamos todos los requerimientos al instituto departamental de salud, para lograr habilitamos como IPS y sanear el inconveniente presentado. Logrando el objetivo, para el 2020 estábamos registrados en el REPS (Registro Especial de Presentadores de Servicios de Salud), consolidándonos como una entidad prestadora de servicio de salud, certificada a nivel nacional. Dando con esto un estatus mayor a la fundación y confiabilidad a nuestros pacientes.

En Colombia las Fundaciones son Entidades Sin Ánimo de Lucro, que se encuentran vigiladas ante una autoridad especial, que nos obliga a presentar documentación anual acerca del desarrollo del objeto social, que no cumpliendo con este objetivo estamos expuestos a la no renovación.

En cuanto impuestos como nos encontramos en régimen Especial tributario, no estamos obligados a retención. Como principal beneficio tenemos una tarifa del 20% del impuesto de renta y exento, cuando este se destine directa o indirectamente a nuestro objeto social y la actividad meritoria de la entidad, en el año siguiente a aquel se obtuvo.

A continuación, enviamos adjuntos informes de gestión.

Este documento nos sirve para validar la mejora del prototipo de igual manera, basándonos en que la empresa desea innovar en procedimientos y que eso le ayude a innovar en sus mercados. Ya que, sobre la base de eso, han buscado internacionalizarse a otra ciudad.

## CAPÍTULO III

### CANVAS



### **Producto mínimo viable**

Nuestro producto mínimo viable va enfocado a dos directrices de proyección y futuro plan de expansión, ya que al ser una empresa existente se manejarán bajo los estándares y políticas existentes de Fundación Vista para Todos como base de modelo.

Con esto presentamos los puntos de partida del PMV

- Instalaciones de local propio ciudad de Bogotá
- Plan piloto transformación digital en Bogotá App

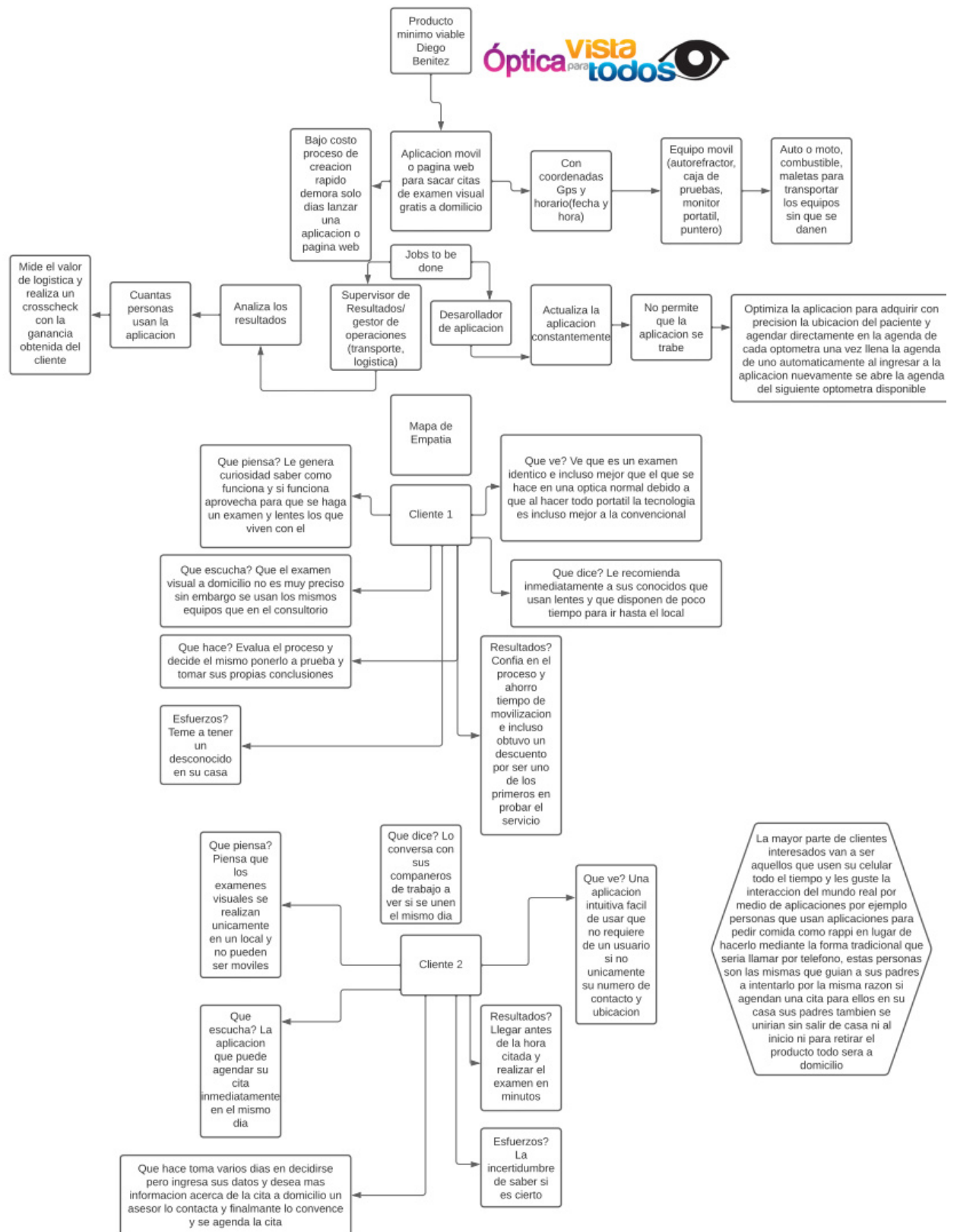
Para ello como segmento de mercado en este caso proyectado a estadísticas del Ministerio de Salud Pública de Colombia del 2016 siendo este el último año en el que se encontraron cifras de un estudio más profundo y apegado a la realidad, se realizó la proyección del público objetivo tanto en el área de enfermedades tratadas bajo el termino Fundación y las tratadas como el eje comercial, siendo estos la oferta de marcos, lunas, accesorios, lentes de contacto, etc. ya que la fundación realizado gestión con fondos propios.

Fundación Vista para todos en base a la experiencia obtenida con el local abierto en Pasto Nariño Colombia se enfocará en abrir un modelo general de Óptica introducida como Francia que se respaldaran bajo un modelo igual en funciones de sistemas administrativos, comerciales, marketing y publicidad.

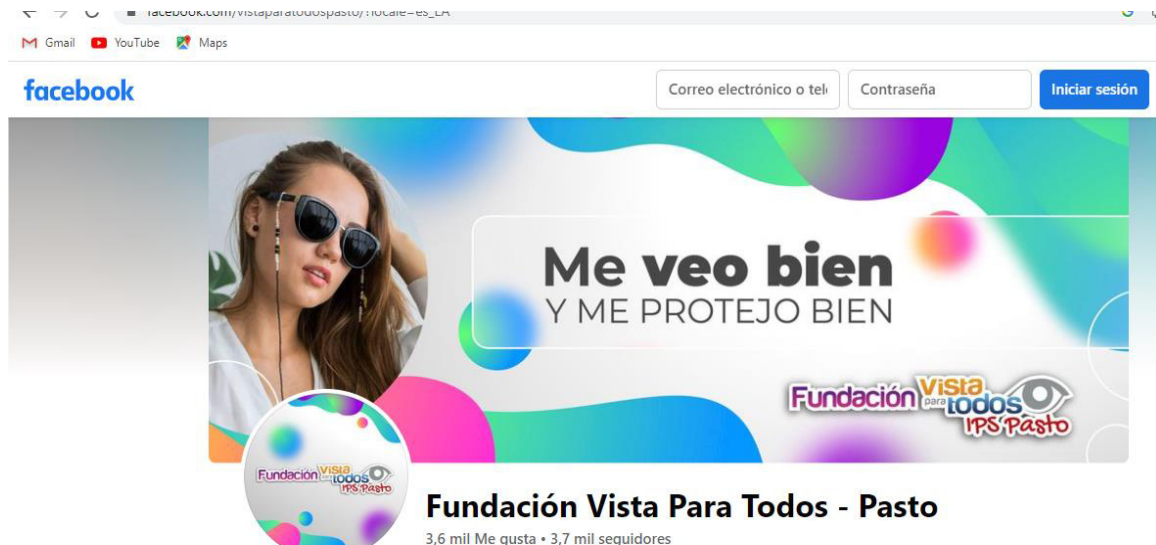
#### a) PMV comercial y modelo de Monetización

Caso de uso único. - con lo antes expuesto vamos a desarrollar nuevos procesos sistemáticos que permitan el acceso a nuestro mercado meta para así mejorar los puntos de quiebre encontrados en los procesos para cada uno de los servicios ofrecidos con la finalidad de generar un aumento en nuestra propuesta de valor.

GRAFICO 3.1: ORGANIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS.



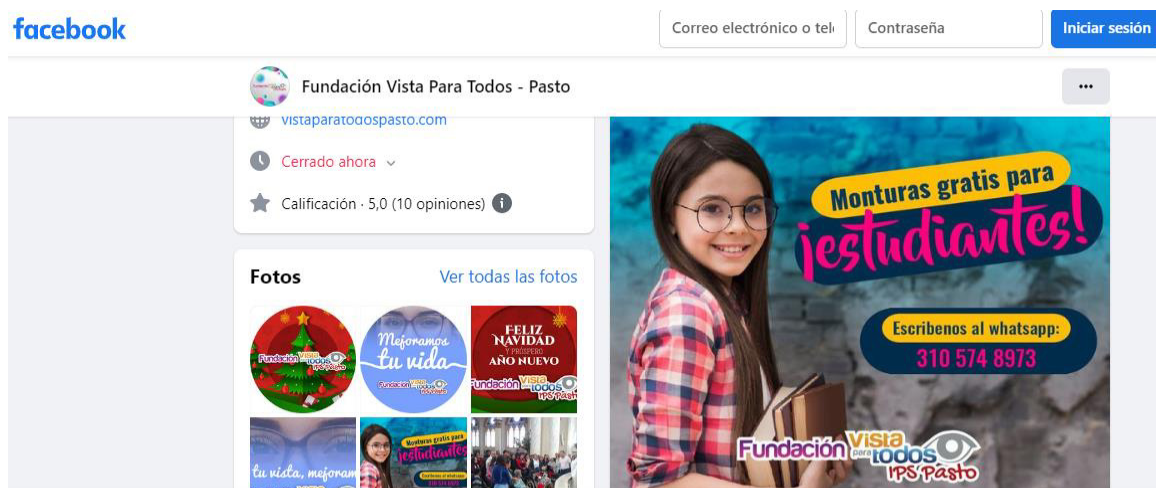
### GRAFICO 3.2: IMAGEN DE PAGINA WEB



Así empezaremos a iterar los elementos que se han convertido en cuellos de botella y así replicar un modelo más eficaz, eficiente y comprometido

Dentro del modelo de Monetización contaremos con todos los productos y accesorios relacionados al área óptica como lentes, marcos, lentes de contacto, etc. que serán parte fundamental de los ingresos económicos al ser uno de los parantes más importantes por el hecho de la calidad y buen precio.

### GRAFICO 3.3: IMAGEN DE PAGINA WEB



#### Conéctate con Fundación Vista Para Todos - Pasto en Facebook

Sin dejar de lado el justificativo social las alianzas para los enfoques principales son autosustentables por lo que es muy importante el sistema económico manejado para llegar al público.

## Prototipo Final

GRAFICO 3.4: PROTOTIPO FINAL DE LA OPTICA.



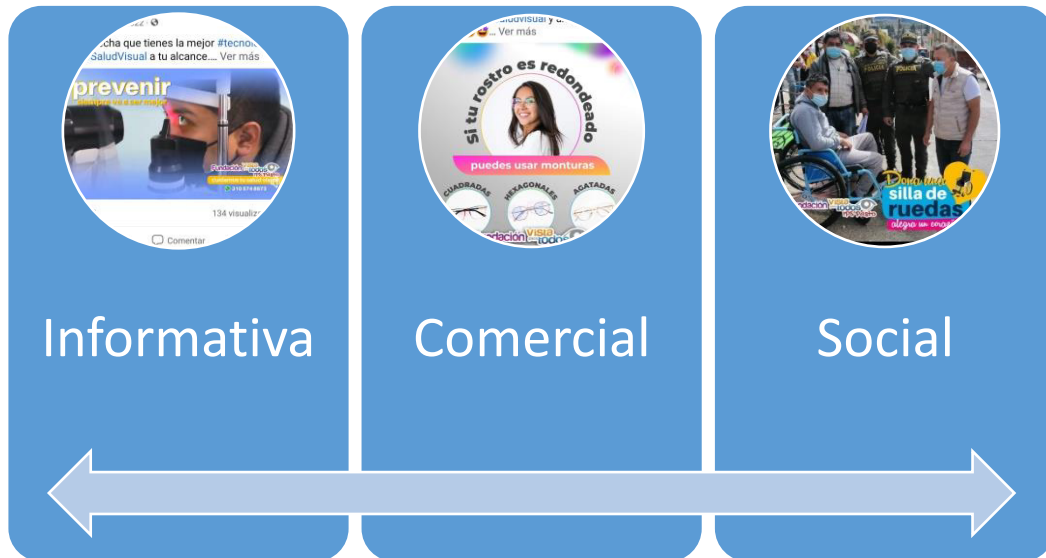
De esta forma se presenta el local propio como primer modelo de Franquicia, mismo que permitirá poner en marcha el plan piloto enfocado a la transformación Digital para Fundación Vista para todos, este se iniciara el Bogotá, ya que según estadísticas *“72.000 personas sufren de algún tipo de discapacidad visual y de ellas más del 50% pertenecer a la población de bajos recursos que no cuentan con información respectiva hacia la prevención de estos problemas oculares.”* (Copcarles, 2021)

### Sostenibilidad

Al migrar la mayoría de los procesos a un sistema digital, permitirá la eliminación del uso de papel para los procesos de la empresa como solicitudes, facturas, ordenes, notas de entrega, etc. Promoviendo de esta forma la reducción de uso diario de papel disminuyendo así el impacto ocasionado en el medio Ambiente

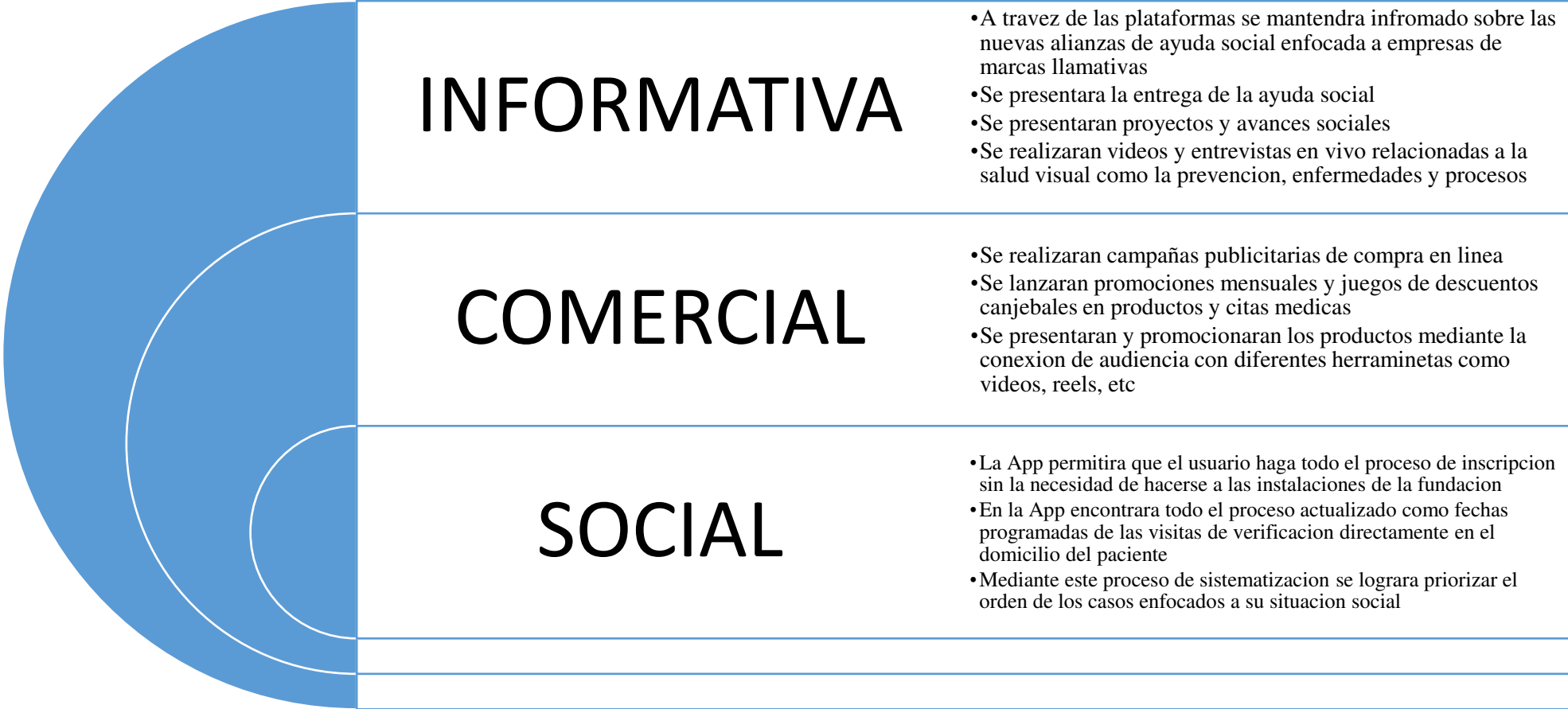


### GRÁFICO 3.5: PARÁMETROS APLICADOS EN EL SISTEMA DE PÁGINA WEB.



Parámetros aplicados a todo el sistema de página WEB, redes sociales y App, con lo que se pretende sistematizar todo en cuanto procesos tanto informativos, comerciales y sociales con la finalidad de evitar cuellos de botella, retrasos en casos emergentes, priorizar y conectar con el público objetivo tanto en Fundación o en el área comercial y compartir el proyecto de sostenibilidad con la finalidad de procesos de uso de papel para la portación con el medio Ambiente.

**GRÁFICO 3.6: TIPO DE PUBLICIDAD.**



INFORMATIVAS.

**GRÁFICO 3.7: PROTOTIPO DE TEMPLATES Y PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES.**



**COMERCIALES**

← Buscar

Publicaciones Información Más ▾

**Fundación Vista Para Todos - Pasto**  
4 nov 2022 · 🌐

Atrévete a mejorar tu estilo 🤩👀 ven a la Fundación Vista Para Todos - Pasto y lleva los nuevos lentes de contacto con la más reciente tecnología de fabricación 🤖👉

Somos tecnología y servicio al mejor precio... Citas 📞 315 267 4866

FUNDACIÓN VISTA PARA TODOS - P...  
Negocio local

WhatsApp

45 3 veces compartido

← Buscar

Publicaciones Información Más ▾

**Fundación Vista Para Todos - Pasto**  
31 mar · 🌐

Ten en cuenta nuestros horarios de atención... ¡tu lo sabes!... en Fundación Vista P... Ver más

FUNDACIÓN VISTA PARA TODOS - P...  
Negocio local

WhatsApp

4 2 veces compartido

← Buscar

Publicaciones Información Más ▾

**Fundación Vista Para Todos - Pasto**  
25 may · 🌐

Tu lo sabes, la #visión es esencial para un aprendizaje óptimo, y aquí en Fundación Vista Para Todos Pasto, obtienes t... Ver más

FUNDACIÓN VISTA PARA TODOS - P...  
Negocio local

WhatsApp

28 5 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Fundación Vista Para Todos -

← Buscar

Publicaciones Información Más ▾

**Fundación Vista Para Todos - Pasto**  
21 dic 2022 · 🌐

🎄 Que la magia de la #Navidad sea la protagonista de tu hogar en esta época de paz, regocijo y unión... Ver más

1 4 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Fundación Vista Para Todos -

**SOCIALES.**

← Buscar

Publicaciones Información Más ▾

**Fundación Vista Para Todos - Pasto**  
24 ene · 🌐

👉👉 Porque nuestra razón de ser, es el #bienestar de quienes más lo necesitan 🙏🙏

Acudimos al llamado de la ciudadanía de #LaFlorida, para hacer la donación de estas #sillasderuedas, con el único objetivo de mejorar las condiciones de vida de los habitantes de nuestra tierra.

Paso a paso, continuamos construyendo esta región que queremos. Gracias por confiar en Fundación Vista Para Todos - Pasto 🙏🙏🙏

111 0 <

← Buscar

Publicaciones Información Más ▾

**Fundación Vista Para Todos - Pasto**  
28 sept 2022 · 🌐

¡Tu también puedes cambiar una vida! 🙏🙏  
👉... Ver más

3

Me gusta Comentar Compartir

Fundación Vista Para Todos -

← Buscar

Publicaciones Información Más ▾

**Fundación Vista Para Todos - Pasto**  
Reels · 5 d · 🌐

Estamos aquí, en pleno corazón de ... más

4 119 visualizaciones

111 0 <

**PAGINA WEB**



**GRÁFICO 3.8: PROTOTIPO DE PÁGINA WEB.**



GRÁFICO 3.9: DIAGRAMA DE FLUJO VENTAS FVT.

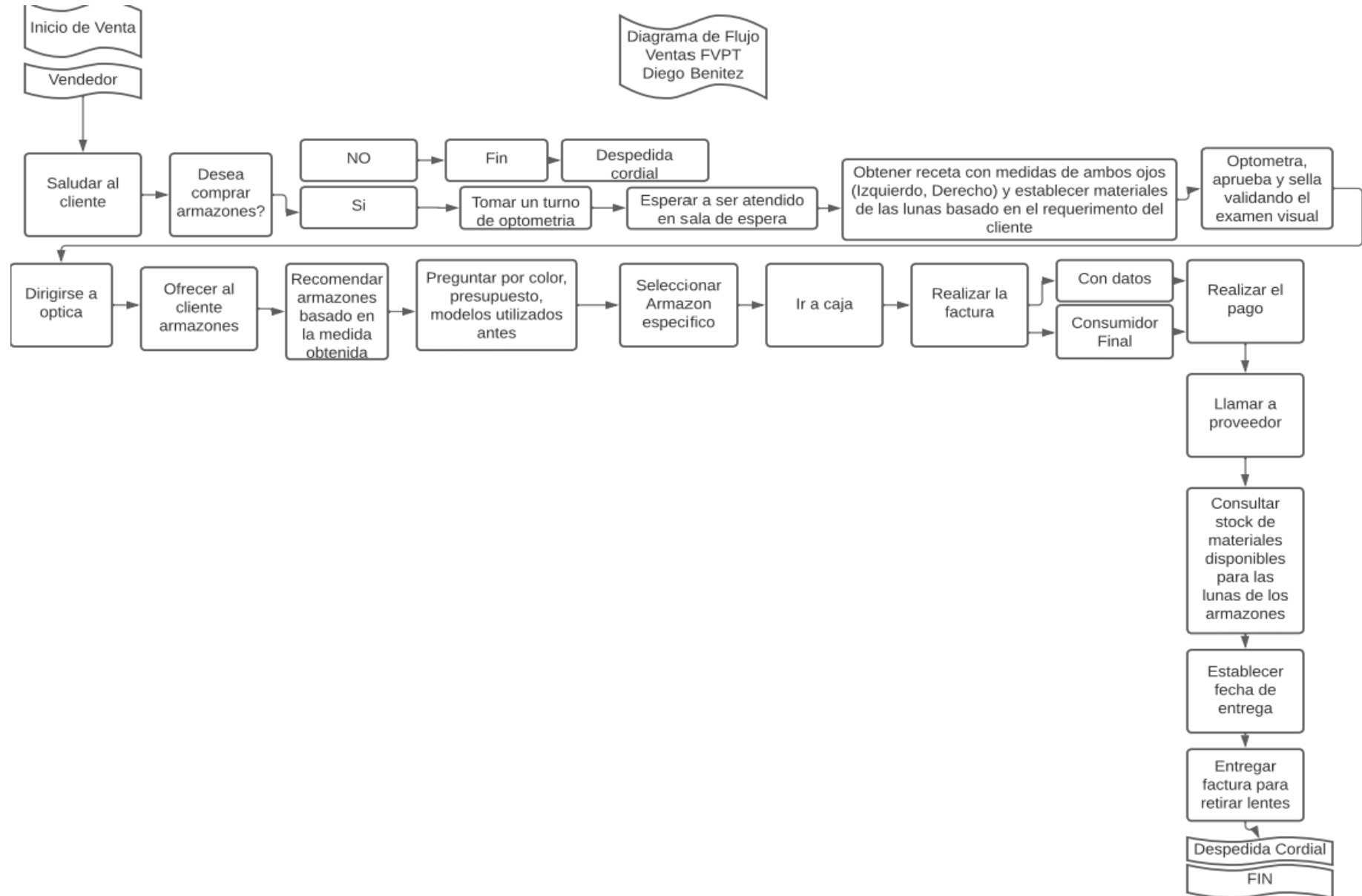
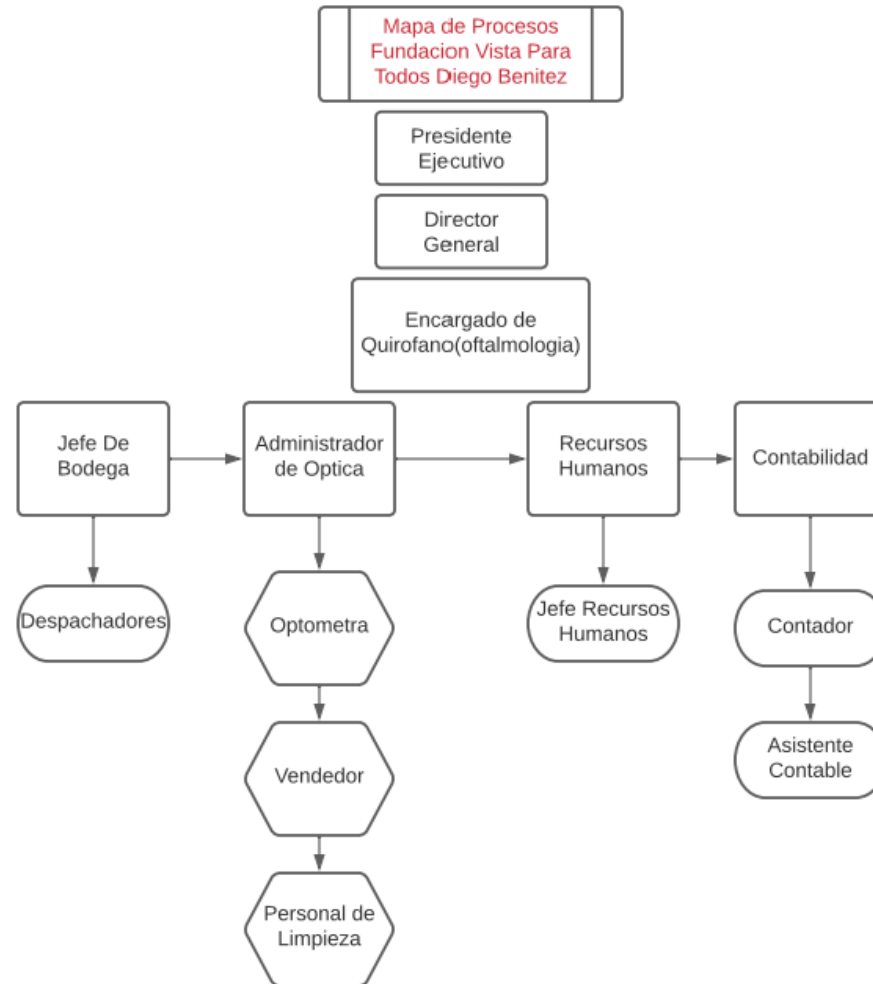


GRÁFICO 3.10: MAPA DE PROCESOS.



**PRESUPUESTO INICIAL**

**TABLA 3.1: PRESUPUESTO INICIAL.**

<b>COSTOS INDIRECTOS LOCAL</b>					
<b>PROYECTO BOGOTA FUNDACION VISTA PARA TODOS</b>					
<b><i>PRESUPUESTO DE APERTURA NUEVO LOCAL COLOMBIA/ BOGOTA</i></b>					
<b><u>ITEM</u></b>	<b><u>CANTIDAD</u></b>	<b><u>UNIDAD</u></b>	<b><u>DESCRIPCION</u></b>	<b><u>PRECIO UNITARIO</u></b>	<b><u>PRECIO TOTAL</u></b>
1	1	ARRIENDO	ARRIENDO LOCAL BOGOTA 164 M2	4552,5	\$ 4.552,50
2	1	TELEFONO	COMUNICACIÓN LOCAL	25	\$ 25,00
3	1	LUZ	SERVICIO ELECTRICO 300 KWH	43	\$ 43,00
4	1	INTERNET	SERVICIO DE INTERNET 100 MB	33	\$ 33,00
5	25	SILLAS SALA DE ESPERA	SILLA PARA SALA DE ESPERA	12	\$ 300,00
6	1	TELEVISION SALA DE ESPERA	ENTRETENIMIENTO	200	\$ 200,00
7	3	VITRINAS	PRODUCTO EXHIBICION	333	\$ 1.000,00
8	3	ESCRITORIOS	OFICINAS DE ATENCION	300	\$ 900,00
9	1	ILUMINACION	ILUMINACION LOCAL	150	\$ 150,00
10	1	ALARMA SEGURIDAD	SEGURIDAD LOCAL	300	\$ 300,00
11	2	CANDADOS	SEGURIDAD LOCAL	80	\$ 160,00
12	9	TABURETES	TABURETES PACIENTES	80	\$ 720,00
13	3	COMPUTADORAS	EQUIPOS DE COMPUTO	400	\$ 1.200,00
14	6	BASUREROS	PRODUCTO DE LIMPIEZA	50	\$ 300,00
15	1	DISPENSADORES	PRODUCTO DE ATENCION	50	\$ 50,00
16	3	ESPEJOS	PRODUCTO DE EXHIBICION	26,66	\$ 79,98
17	1	ROTULOS	MARKETING	300	\$ 300,00
18	1	PUBLICIDAD	MARKETING	100	\$ 100,00
19	2	LAVABOS PORTATILES	EQUIPO TECNOLOGICO	75	\$ 150,00
20	3	EXTINTORES	SEGURIDAD LOCAL	33,33	\$ 99,99
				<b><u>TOTAL</u></b>	<b><u>\$ 10.663,47</u></b>



**TABLA 3.2: COSTOS DIRECTOS EQUIPAMIENTO DE TRABAJO.**

<b>COSTOS DIRECTOS EQUIPAMIENTO DE TRABAJO</b>					
<b>PROYECTO BOGOTÁ FUNDACION VISTA PARA TODOS</b>					
<b><i>PRESUPUESTO DE APERTURA NUEVO LOCAL COLOMBIA/ BOGOTÁ</i></b>					
<u>ITEM</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>UNIDAD</u>	<u>DESCRIPCION</u>	<u>PRECIO UNITARIO</u>	<u>PRECIO TOTAL</u>
1	1	AUTOREFRACOR	EQUIPO TECNOLOGICO	2500	\$ 2.500,00
2	1	UNIDAD	EQUIPO TECNOLOGICO	2800	\$ 2.800,00
3	500	ARMAZONES	UNIDADES INVENTARIO	2	\$ 1.000,00
4	1	IMPRESIÓN TERMICA	EQUIPO TECNOLOGICO	100	\$ 100,00
5	500	ESTUCHES	UNIDADES INVENTARIO	0,4	\$ 200,00
6	1	OPTOTIPO	EQUIPO TECNOLOGICO	50	\$ 50,00
				<b><u>TOTAL</u></b>	<b><u>\$ 6.650,00</u></b>

## CAPÍTULO IV

### Plan de Marketing Nacional

#### Producto-

Local físico En Colombia: La Fundación Vista para Todos podría establecer un local físico en Colombia que funcione como un centro integral de atención oftalmológica. En este local, se podrían ofrecer los siguientes servicios:

- Optometría, Certificados Visuales, Lentes De contacto, Lentes
- Optometría: Ofrecer exámenes completos de la vista para diagnosticar problemas visuales y prescribir correcciones adecuadas.
- Certificados Visuales: Emitir certificados que confirmen la agudeza visual y la salud ocular de los pacientes para diversos propósitos, como la obtención de licencias de conducir o la participación en actividades laborales y educativas.
- Lentes de Contacto: Proporcionar exámenes especializados y asesoramiento sobre lentes de contacto, y ofrecer una variedad de opciones de lentes de contacto para aquellos que prefieran esta corrección visual.
- Lentes Correctivos: Ofrecer una amplia gama de lentes correctivos que aborden diferentes problemas visuales, incluyendo miopía, hipermetropía y astigmatismo.

#### ➤ Vista Para Todos APP

Además del local físico, la Fundación Vista para Todos podría desarrollar una aplicación móvil llamada "Vista Para Todos APP". Esta aplicación podría tener varias funciones:

- **Agendamiento de Citas:** Permitir a los usuarios programar citas para exámenes de la vista y consultas con optometristas en el local físico.
- **Exámenes Visuales Básicos:** Ofrecer exámenes visuales básicos en línea que ayuden a los usuarios a evaluar su salud ocular de manera preliminar.
- **Educación sobre Salud Visual:** Proporcionar información educativa sobre la importancia del cuidado ocular, la prevención de problemas visuales y consejos para el uso adecuado de lentes de contacto y gafas.
- **Seguimiento de Recetas:** Permitir a los usuarios almacenar sus recetas visuales y configurar recordatorios para exámenes de seguimiento y reemplazo de lentes.
- **Estrategia de Producto:** La estrategia de producto se centraría en ofrecer una atención integral y personalizada para abordar las necesidades visuales únicas de cada segmento del mercado objetivo.

La Fundación Vista para Todos se enfocaría en brindar servicios de calidad a precios asequibles, lo que podría incluir tarifas reducidas o descuentos significativos para comunidades de bajos ingresos. La aplicación móvil se diseñaría para ser accesible y educativa, aumentando la conciencia sobre la salud visual y brindando conveniencia a los usuarios.

#### Plaza-

La estrategia de plaza se refiere a cómo la Fundación Vista para Todos distribuirá y entregará sus productos y servicios. En este caso, se trata de la atención oftalmológica, los lentes y lentes de contacto. La plaza involucra tanto el local físico como la aplicación móvil mencionada anteriormente.

#### Tiempo de Entrega de Lentes/Lentes de Contacto:

La estrategia sería garantizar un tiempo de entrega eficiente para los lentes y lentes de contacto. Se podría trabajar con proveedores confiables y tener un sistema interno que permita preparar las correcciones visuales de manera rápida y precisa.

El objetivo sería entregar los lentes y lentes de contacto el mismo día en que se realice la compra o el pedido, siempre que sea posible. Esto requeriría una coordinación efectiva entre el personal y los proveedores.

Tiempo de Atención al Agendar una Cita:

La estrategia sería ofrecer un tiempo de respuesta rápido cuando los usuarios agenden citas. Esto podría lograrse mediante la implementación de un sistema de agendamiento en línea que permita a los usuarios seleccionar horarios disponibles y recibir confirmaciones rápidas. El objetivo sería brindar a los pacientes una respuesta en un plazo de tiempo corto, lo que podría mejorar la experiencia del usuario y demostrar compromiso con su atención.

Disponibilidad de Citas:

La estrategia sería maximizar la disponibilidad de citas para acomodar las necesidades de los pacientes. Esto podría involucrar la contratación de personal adicional, la optimización de horarios y la implementación de turnos extendidos en el local físico. Además, la aplicación móvil podría permitir a los usuarios ver horarios disponibles y programar citas de manera conveniente.

Estrategia:

La estrategia de plaza se enfocaría en la conveniencia y accesibilidad para los pacientes. Esto implicaría:

**Sistema de Agendamiento Eficiente:** Implementar un sistema en línea fácil de usar que permita a los pacientes elegir y agendar citas en tiempo real. Esto agilizaría el proceso y reduciría los tiempos de espera.

**Optimización de Procesos Internos:** Trabajar en la eficiencia interna, desde la recepción de pacientes hasta la preparación y entrega de lentes. La comunicación entre departamentos sería clave para cumplir con los plazos.

**Comunicación Transparente:** Mantener a los pacientes informados sobre el estado de sus pedidos y citas. Esto podría hacerse a través de mensajes de texto, correos electrónicos o notificaciones en la aplicación móvil.

**Flexibilidad de Horarios:** Ofrecer horarios flexibles y turnos extendidos para acomodar a aquellos que tienen horarios ocupados.

**Capacitación del Personal:** Capacitar al personal para brindar un servicio amable y eficiente, asegurando que los pacientes se sientan bienvenidos y atendidos.

En resumen, la estrategia de plaza se centraría en proporcionar una experiencia de atención integral y eficiente, que incluye tiempos de entrega rápidos y opciones de agendamiento convenientes, tanto en el local físico como en la aplicación móvil.

**Distribución-**

Local con parqueadero, en una Avenida principal, con capacidad para expandirse a un Segundo piso con Proyección- Cirugías de Ojos, Oftalmología, Centro de Diagnóstico.

**Distribución:**

La distribución se refiere a cómo la Fundación Vista para Todos planificaría y organizaría sus instalaciones físicas para brindar sus servicios oftalmológicos y atención integral. Aquí hay más detalles sobre la distribución y la página web:

**Local con Parqueadero en una Avenida Principal:**

La elección de un local en una avenida principal es estratégica, ya que permite una mayor visibilidad y acceso para la población. Un local con parqueadero facilita la llegada de los pacientes, lo cual es especialmente importante para personas que podrían tener dificultades de movilidad. Además, el estacionamiento puede considerarse como un valor agregado para los pacientes.

**Expansión a un Segundo Piso con Proyección - Cirugías de Ojos, Oftalmología, Centro de Diagnóstico:**

La expansión planificada a un segundo piso permitiría a la fundación diversificar y ampliar sus servicios. La inclusión de cirugías de ojos, consultas oftalmológicas y un centro de diagnóstico en el segundo piso agrega valor a la oferta de la fundación. Esto podría atraer a una variedad de pacientes y permitir la atención de problemas más complejos en el ámbito oftalmológico.

### Página Web:

La página web de la Fundación Vista para Todos desempeñaría un papel crucial en la distribución de información y en la comunicación con los pacientes. Algunos aspectos clave de la página web podrían ser:

1. Información sobre Servicios: Detalles claros y concisos sobre los servicios ofrecidos, incluyendo exámenes de la vista, cirugías, diagnóstico, etc.
2. Agendamiento en Línea: Una función para que los pacientes programen citas en línea, eligiendo horarios convenientes para ellos.
3. Información del Personal: Perfiles de los profesionales médicos y del personal, lo que brinda confianza a los pacientes.
4. Recursos Educativos: Sección informativa sobre la salud visual, consejos para el cuidado ocular y la importancia de las revisiones regulares.
5. Contacto y Ubicación: Información de contacto, dirección y ubicación en el mapa para facilitar la navegación de los pacientes hacia el local.
6. Testimonios: Espacio para que los pacientes compartan sus experiencias positivas, lo que podría generar confianza en los nuevos pacientes.

### Estrategia de Distribución:

La estrategia se basaría en la comodidad y accesibilidad para los pacientes, junto con la expansión planificada para incluir servicios más especializados en el segundo piso. La página web complementaría esta estrategia al proporcionar información y servicios en línea, mejorando la comunicación y brindando conveniencia a los pacientes.

### Barrio Popular

#### Precio Bajo-

Clase media-baja, clientes potenciales de bajos recursos en su mayoría, esperan una alta durabilidad en sus lunas y lentes por un costo bajo adquirido debido a que se compra los materiales al por mayor

#### Promoción-

Redes sociales, Promociones de temporada (inicio de clases, día de la madre etc.), Brigadas gratuitas

Donaciones entregadas por inauguración del local

Todas las campanas gratuitas serán en el local para promoción de este

Alianzas estratégicas con los GAD y empresas, escuelas cercanas al local

Promociones por apertura: Examen Visual Gratis, 2x1 en armazones seleccionados, Lunas Gratis

Blueprint

- Que piensa el cliente de mi negocio desde que llega a el, durante y después:
- Si tiene o no parqueadero
- Si lo saludan al llegar
- Si son pacientes y amables los vendedores
- Si es paciente y amable el optómetra
- Si es paciente y amable el personal de limpieza
- Si es paciente y amable el guardia
- Si es paciente y amable la cajera
- Si puede recibir un descuento
- Si la entrega del lente es rápida
- Si hay variedad de modelos de armazones en calidad y precio
- Si el local es limpio o no
- Si los baños de local son limpios
- Si el personal es limpio
- Si se queda satisfecho con sus lentes
- Si considera que sus lentes son de calidad
- Si sus lentes no se rayan a la mínima
- Si sus lentes no se parten a la mínima
- Si sus lentes tienen garantía
- Si sus lunas tienen garantía
- Si le gusta el empaque/funda en la que fueron entregados sus lentes

- Si está conforme con el estuche que le entregaron sus lentes
- Si está conforme con la amabilidad con la que entregaron sus lentes
- Si resolvieron las preguntas del material de sus lunas adecuadamente
- Si llegó a través de redes sociales o por otro motivo

## E-Commerce

### Vista Para Todos App

#### Funciones iniciales:

- Agendamiento de citas
- Ingreso de Solicitudes
- Entrega de Lentes a Domicilio
- Cualquier Monto de Donaciones

#### Funciones próximas

- Catálogo de armazones
- Compra de armazones
- Probador de armazones virtual

#### Beneficios Para el cliente

- Optimización de tiempos de espera
- Ahorro en gasto de transporte para el cliente

#### Beneficios Para la Empresa

- Ahorro en papelería
- Ahorro en sueldos de Personal (se disminuiría la cantidad de personal)
- Ahorro tiempo de espera de optómetra
- Reduce el tiempo de consulta
- Menos gasto en salas de espera (televisiones, sillas, mantenimiento de sillas)
- Organización por tabs de recepción de donaciones

#### Tipo de App: Premium

Gratis con acceso a privilegios si se realiza una donación de cualquier monto



Privilegios como:

Conocer fechas aproximadas de entregas de donaciones

Prioridad en ser seleccionado para donaciones

Prioridad en citas

Entrega a domicilio gratis

Plaza:

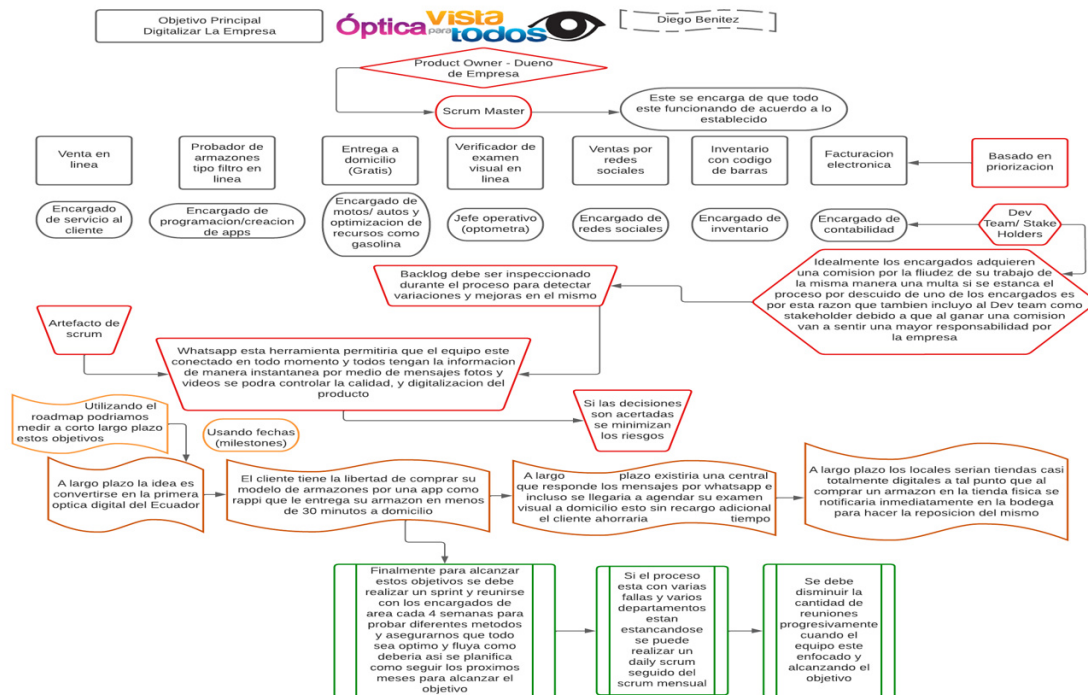
Appstore (apple) Play Store (Android)

Entre ellas se reparten el 90% de las apps y un porcentaje todavía mayor de movimiento económico.

Promoción:

Publicidad en redes sociales, YouTube y otros canales digitales

### GRÁFICO 4.1: OBJETIVO PRINCIPAL DE LA EMPRESA



## **PLAN DE MARKETING VISTA PARA TODOS BOGOTÁ**

### **MERCADO INTERNACIONAL**

#### **Introducción:**

La Fundación Vista para Todos es una organización sin fines de lucro que tiene como objetivo principal brindar acceso a la atención médica ocular de calidad a personas de escasos recursos en todo el mundo. A lo largo de los años, hemos logrado un impacto significativo en las comunidades locales, proporcionando exámenes de la vista, diagnósticos y tratamientos oftalmológicos a aquellos que más lo necesitan. En línea con nuestra misión de llegar a un público más amplio y extender nuestro alcance global, hemos desarrollado un plan de marketing con un enfoque de internacionalización. Este plan tiene como objetivo promover la Fundación Vista para Todos en diferentes países y atraer el interés de donantes, patrocinadores y colaboradores en todo el mundo.

#### **Objetivos:**

1. Crear conciencia global: Nuestro objetivo principal es aumentar la visibilidad de la Fundación Vista para Todos a nivel internacional. Esto implicará desarrollar una estrategia de marketing sólida que incluya campañas publicitarias, presencia en redes sociales, relaciones públicas y colaboraciones con otras organizaciones benéficas y empresas afines.
2. Atraer donantes y patrocinadores internacionales: Para garantizar el crecimiento y la sostenibilidad de nuestra organización, es fundamental establecer relaciones sólidas con donantes y patrocinadores en diferentes países. Nos enfocaremos en identificar organizaciones y personas dispuestas a apoyar nuestra causa y establecer asociaciones estratégicas para ampliar nuestro impacto.
3. Desarrollar alianzas internacionales: Buscaremos establecer alianzas con organizaciones locales en diferentes países para trabajar en colaboración y mejorar el acceso a la atención ocular en comunidades específicas. Estas

asociaciones permitirán aprovechar los recursos locales y garantizar una atención integral y sostenible a largo plazo.

4. Adaptar la estrategia de marketing a diferentes culturas y contextos: Reconocemos la importancia de comprender y respetar las diferencias culturales y contextuales de cada país en el que nos expandimos. Adaptaremos nuestra estrategia de marketing para garantizar que nuestro mensaje sea relevante y efectivo en cada entorno, utilizando enfoques de comunicación y canales adecuados para llegar a nuestro público objetivo.
5. Medir y evaluar el impacto: Implementaremos un sistema de seguimiento y evaluación para medir el impacto de nuestras actividades de marketing a nivel internacional. Esto nos permitirá ajustar nuestras estrategias según sea necesario y garantizar que estemos alcanzando nuestros objetivos de manera efectiva.

### **Implementación:**

Para llevar a cabo nuestro plan de marketing con enfoque de internacionalización, estableceremos un equipo dedicado que se encargue de la ejecución y supervisión de las actividades. Este equipo estará compuesto por profesionales de marketing con experiencia en marketing internacional y conocimiento de las prácticas y culturas locales. Además, utilizaremos herramientas y tecnologías adecuadas para mejorar nuestra presencia en línea y expandir nuestro alcance global. Esto incluirá el uso de redes sociales, marketing por correo electrónico, optimización de motores de búsqueda y colaboraciones con Influencers y personalidades relevantes en cada país objetivo. (Dominici, 2009)

También buscaremos asociaciones estratégicas con organizaciones locales, instituciones educativas y empresas con intereses afines. Estas alianzas nos permitirán aprovechar sinergias, compartir recursos y conocimientos, y maximizar el impacto de nuestras acciones en beneficio de las comunidades que atendemos. (Rust, 2020)

#### 4P's Mix de Marketing

**Producto:** El producto principal de la Fundación Vista para Todos es brindar acceso a la atención médica ocular de calidad a personas de escasos recursos en todo el mundo. Esto incluye exámenes de la vista, diagnósticos y tratamientos oftalmológicos. Además, la Fundación también se enfoca en la promoción de la salud visual y la educación sobre la importancia de la atención ocular adecuada. (Vidal, 2016)

**Precio:** La Fundación Vista para Todos se basa en donaciones y colaboraciones para financiar sus actividades. El acceso a la atención ocular se brinda de manera gratuita o a precios muy bajos para las personas de escasos recursos. Se promoverá la sensibilización sobre la importancia de la atención ocular y se alentará a los donantes a contribuir financieramente para apoyar los programas y servicios de la fundación.

**Promoción:** La promoción de la Fundación Vista para Todos se realizará a través de diferentes canales y estrategias de marketing. Se utilizarán campañas publicitarias en medios tradicionales y digitales, se desarrollará una presencia activa en redes sociales para crear conciencia y se organizarán eventos y actividades de recaudación de fondos. Además, se establecerán colaboraciones con otras organizaciones benéficas, instituciones educativas y empresas para ampliar el alcance y promover la causa de la fundación.

**Plaza (Distribución):** La distribución de los servicios de atención ocular de la Fundación se realizará a través de centros de atención médica y clínicas oftalmológicas establecidas en diferentes ubicaciones. Se establecerán alianzas con organizaciones locales en cada país objetivo para garantizar una distribución efectiva y alcanzar a las comunidades más necesitadas. También se explorarán nuevas tecnologías y soluciones innovadoras para brindar atención ocular a distancia, especialmente en áreas remotas donde el acceso a servicios médicos es limitado.

## Costos de la Campaña de Marketing

Según Vidal, 2016 Al considerar los costos estimados en Ecuador para una campaña de marketing de la Fundación Vista para Todos, es importante tener en cuenta que los precios pueden variar dependiendo de varios factores, como la ubicación geográfica específica, el alcance de la campaña y los servicios contratados. Sin embargo, proporcionaré una estimación general de los posibles costos en dólares estadounidenses en Bogotá (USD):

1. Investigación de mercado: Los costos de investigación de mercado en Ecuador pueden variar entre \$1,000 y \$5,000, dependiendo del alcance y la profundidad de la investigación requerida, incluyendo el uso de encuestas, análisis de datos y consultorías especializadas.
2. Desarrollo creativo: Para el desarrollo creativo de contenido, como diseño gráfico, redacción de textos y producción de videos, los costos pueden oscilar entre \$1,000 y \$5,000, dependiendo de la complejidad y la calidad requerida.
3. Medios de comunicación: Los costos de publicidad en medios tradicionales, como televisión, radio y periódicos, pueden variar ampliamente según la ubicación geográfica y el tamaño del mercado. Es recomendable contactar directamente a los medios para obtener cotizaciones precisas. Para publicidad en medios digitales, como anuncios en línea y redes sociales, los costos pueden oscilar entre \$500 y \$3,000, dependiendo del alcance y la duración de la campaña.
4. Eventos y actividades de recaudación de fondos: Los costos de eventos y actividades de recaudación de fondos pueden variar según el tamaño y la naturaleza del evento. Se pueden asignar entre \$1,000 y \$5,000 o más para cubrir gastos como alquiler de espacios, servicios de catering, logística y promoción.
5. Personal y recursos internos: Los costos asociados con el personal y los recursos internos pueden variar según el tamaño de la organización. Esto

incluye salarios, beneficios y costos de software y herramientas de marketing. Es importante tener en cuenta estos costos al realizar un análisis detallado del presupuesto.

### **Ideas Innovadoras**

1. Campaña de crowdfunding: Utiliza plataformas de crowdfunding para recaudar fondos para proyectos específicos de la fundación. Crea una campaña atractiva y emotiva que destaque la importancia de la atención ocular y la necesidad de apoyo financiero.
2. Influencers solidarios: Identifica a influencers locales o internacionales que estén dispuestos a colaborar con la fundación y difundir su mensaje. Establece asociaciones con ellos para promover la atención ocular y llegar a nuevas audiencias.
3. Experiencias de realidad virtual: Crea experiencias de realidad virtual que simulen los desafíos visuales que enfrentan las personas con problemas oculares. Esto puede generar empatía y conciencia sobre la importancia de la atención ocular.
4. Colaboración con empresas: Busca asociaciones con empresas locales para promover la atención ocular. Por ejemplo, podrías establecer acuerdos con ópticas o tiendas de lentes para ofrecer descuentos o donaciones a la fundación por cada compra realizada.
5. Campaña de testimonios: Recopila testimonios impactantes de personas que han recibido atención ocular de la fundación y compártelos a través de diversos canales de comunicación. Estos testimonios pueden generar credibilidad y emoción en torno al trabajo de la fundación.
6. Retos virales en redes sociales: Crea un desafío o iniciativa viral en las redes sociales relacionado con la atención ocular. Por ejemplo, desafía a las personas a compartir una foto usando anteojos o realizar ejercicios visuales y etiquetar a la fundación para aumentar la visibilidad y conciencia.

7. **Eventos colaborativos:** Organiza eventos en colaboración con otras organizaciones benéficas, instituciones educativas o empresas afines. Por ejemplo, puedes organizar una feria de salud visual en asociación con una clínica oftalmológica y ofrecer exámenes gratuitos de la vista.
8. **Marketing de contenidos:** Crea contenido relevante y valioso relacionado con la atención ocular, como artículos informativos, infografías o videos educativos. Promueve este contenido a través de tu sitio web, blog y redes sociales para atraer y educar a tu audiencia.
9. **Programa de embajadores:** Identifica a personas influyentes en la comunidad que apoyen la causa de la fundación y conviértelos en embajadores. Capacítalos sobre los problemas relacionados con la atención ocular y bríndales herramientas para que puedan difundir el mensaje de la fundación en su entorno.
10. **Utiliza la realidad aumentada:** Crea una experiencia interactiva de realidad aumentada que permita a las personas "ver" cómo se ven afectadas sus vidas por problemas oculares y cómo la atención adecuada puede marcar la diferencia.

### **Redes Sociales e Influencers.**

Al elegir influencers y redes sociales para adaptar al proyecto de la Fundación Vista para Todos, es importante considerar aquellas plataformas y personas que tengan una audiencia relevante y comprometida con la misión de la organización. Aquí hay algunas sugerencias:

- **Instagram:** Busca influencers que se centren en temas de salud, bienestar, ayuda humanitaria o responsabilidad social. Los influencers de estilo de vida, viajes y moda también pueden ser adecuados, ya que pueden resaltar cómo la atención visual es fundamental en diferentes aspectos de la vida diaria.

- YouTube: Puedes buscar influencers que se especialicen en temas de salud, medicina, bienestar o educación. Colaborar con ellos para crear contenido informativo, testimonios o blogs relacionados con la importancia de la atención ocular y los servicios que brinda la Fundación.
- TikTok: Busca influencers que sean creativos y puedan transmitir mensajes sobre la importancia de la salud visual de una manera entretenida y relevante para la audiencia de TikTok. Pueden realizar desafíos, compartir consejos o testimonios en formato de video breve.
- LinkedIn: Si el objetivo es llegar a profesionales y empresas interesados en la responsabilidad social y la salud, LinkedIn puede ser una opción valiosa.

#### Conclusión:

El plan de marketing con enfoque de internacionalización de la Fundación Vista para Todos es un paso importante para lograr nuestro objetivo de brindar acceso a la atención ocular de calidad en todo el mundo. A través de la creación de conciencia, el establecimiento de alianzas estratégicas y la adaptación de nuestras estrategias a diferentes culturas, estamos seguros de que podremos ampliar nuestro alcance y mejorar la vida de muchas personas necesitadas. Juntos, podemos hacer una diferencia significativa en la salud visual global.

#### **MARKETING OPERATIVO**

Fundación Vista para todos al ser una fundación que realiza gestión con fondos propios como objetivo principal es generar a través de nuestro producto comercial como lentes, consultas y donaciones y con ello sabemos que se necesitan acciones a corto plazo que permitan poner en marcha el plan estratégico de Marketing.

Para ello presentamos el siguiente plan de acción enfocado a los siguientes elementos:



**Precio y oferta:** Con ello calcularemos el precio existente en el mercado con nuestros competidores que nos permitan tener la rentabilidad adecuada tomando en cuenta las ofertas y promociones que se manejarán mes a mes

Presentaciones de empaques y estuches: manejar una línea como diferenciador en presentaciones de producto nos permitirá dejar un valor agregado adicional en nuestros clientes como los estuches para niños con figuras y elementos infantiles que se encuentren en tendencia.

**Políticas comerciales:** Implementaremos estrategias bajo políticas comerciales de descuentos definidos que aplicaremos en los diferentes eventos y promociones por temporadas.

**Campañas publicitarias:** En este aspecto vamos a introducir el Street marketing en el caso del público que accederá a los beneficios de la fundación y algunas operaciones de Mailyn para los consumidores de lentes, marcos, donaciones, etc. Se realizarán campañas especiales en fechas como el día de la madre, día del padre, día del niño, día del trabajador etc. con implantación de promociones como el 2X1 y el 50% de descuento que se enfocarán al público objetivo.

También realizaremos una campaña para dar a conocer la nueva herramienta que es la APP de fundación Vista para todos.

Publicidad digital: Realizaremos publicidad digital en 4 puntos específicos:

- **Página Web:** Implementaremos chatbot para una atención más adecuada y personalizada
- **Facebook e Instagram:** Buscaremos un influencer cada mes como embajadores para la promoción de la fundación, con quienes colaboraremos por ese mes haciendo contenido para las redes de la fundación. Con los 12 embajadores se realizará en diciembre el evento más grande de entrega de donativos de sillas, lentes, audífonos, etc. Y con el que pretendemos conseguir la mayor cantidad de donaciones de todo el año con presentaciones de artistas con la finalidad de que llegue a más segmentos de mercado. Se

realizarán entregas de cupones virtuales canjeables por citas médicas o descuentos especiales.

- YouTube: Implementaremos videos educativos de prevención de enfermedades oculares cada semana con diferentes influencers especializados en estos casos

**Contacto y negociación con proveedores:** Reducir el costo de los productos que una empresa necesita para entregar un producto o servicio final a sus clientes significará mayores ganancias. Al querer incorporar promociones permanentes es necesario tener en cuenta ese porcentaje de diferencia que podemos tener gracias a las negociaciones con los proveedores y que puede permitir que obtengamos mayor utilidad si los precios se mantienen iguales pero los costos de producción son más bajos.

Búsqueda de clientes: el poder llegar a más audiencia a través de varios canales permitirá que nuestro proyecto llegue a más segmentos de mercado incrementado así la cantidad de clientes mensuales

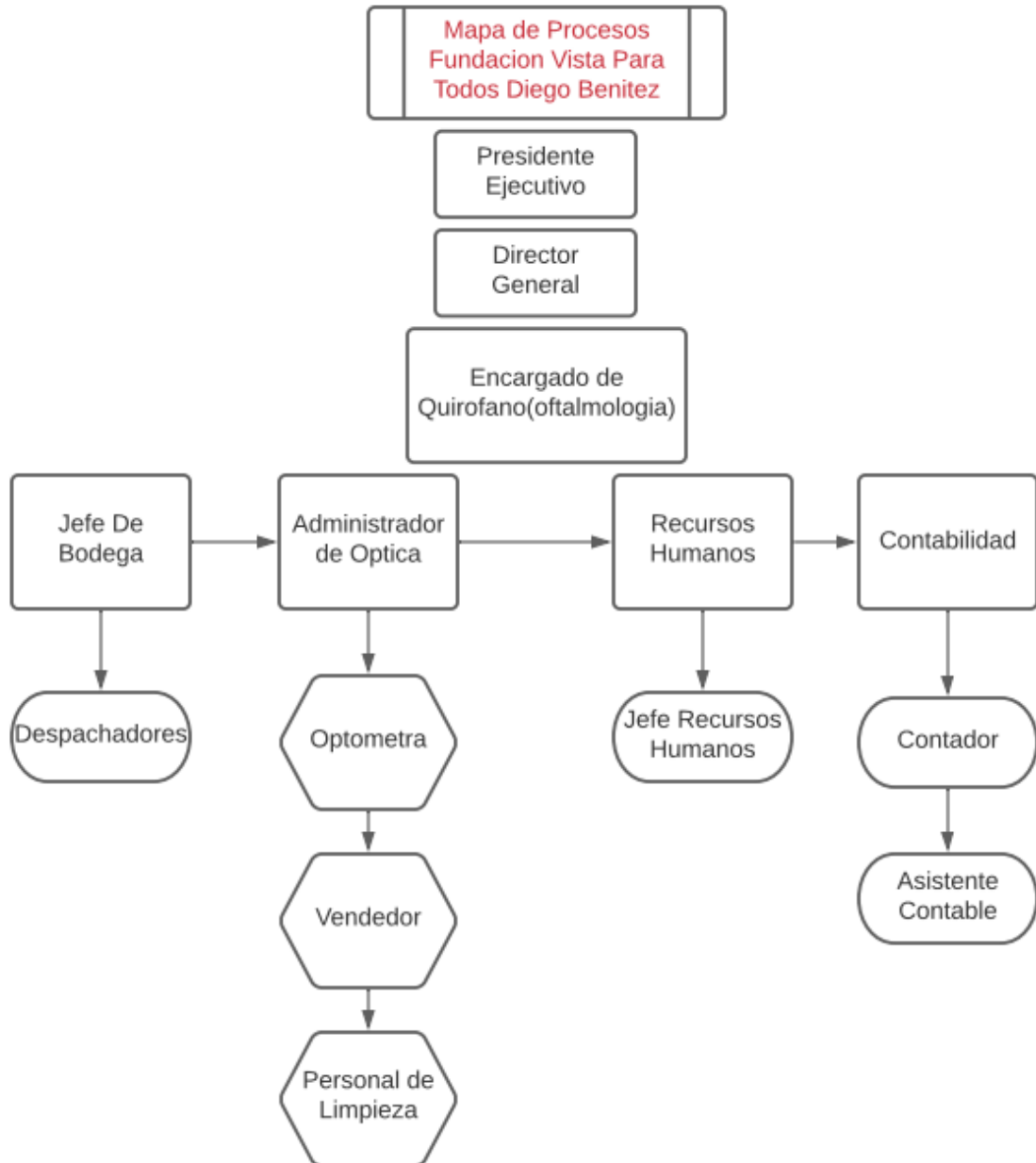
**La creación de productos alternativos:** Implementaremos servicios alternativos como conferencias a niveles empresariales de prevención como en el campo de la metalmecánica y soldadura.

### **Conclusión:**

El plan de marketing con enfoque de internacionalización de la Fundación Vista para Todos es un paso importante para lograr nuestro objetivo de brindar acceso a la atención ocular de calidad en todo el mundo. A través de la creación de conciencia, el establecimiento de alianzas estratégicas y la adaptación de nuestras estrategias a diferentes culturas, estamos seguros de que podremos ampliar nuestro alcance y mejorar la vida de muchas personas necesitadas. Juntos, podemos hacer una diferencia significativa en la salud visual global.

**CAPÍTULO V**

**GRÁFICO 5.1: Mapa de Procesos.**



## **Roles Del mapa de procesos**

Presidente Ejecutivo- Organiza el personal (contrata o liquida), realiza los pedidos para tener stock en la bodega tanto de lunas como de armazones, realiza pagos, tiene contacto directo con los proveedores

Director General- Realiza convenios, coordina brigadas, organiza la bodega de los equipos médicos, es el representante legal de la empresa, se encarga de que todo esté al día (pagos de arriendos, servicios básicos)

Enfermera encargada de quirófano- se encarga de los insumos de quirófano tanto en bodega y del stock de los locales en quito y demás provincias, se encarga de los insumos de limpieza del quirófano, se encarga de la agenda de las cirugías programadas en el quirófano

Jefe de bodega- Se encarga de que los despachadores saquen el producto a tiempo, se encarga del stock de la bodega y de hacer pedidos en caso de ser necesario

Despachadores- Se encargan de receptar y enviar los pedidos lo más pronto posible

Administrador de óptica- se encarga de que tengan un buen ambiente laboral, se encarga de que los clientes estén satisfechos, se encarga de hacer el pedido de reposición para que llegue a tiempo para que todas las perchas estén llenas el día siguiente, se encarga que el optómetra, vendedor, y personal de limpieza hagan su trabajo

Optómetra- Se encarga de atender al paciente y darle sus medidas exactas para no tener problema en el momento de entregar el lente

Vendedor- se encarga de decir las garantías del lente, de ayudar al cliente a escoger el mejor modelo de lente de acuerdo con su exigencia (valor, color, calidad)

Personal de limpieza- se encarga de mantener el local en óptimas condiciones para que los clientes no se quejen de la suciedad del mismo, se encarga de tener los locales aromatizados para que tengan un olor agradable mientras dure la visita del cliente

Recursos humanos- se encarga de que los trabajadores se sientan felices trabajando para la empresa, se encarga de buscar personal óptimo para la empresa, se encarga de corregir problemas entre empleados o con empleados que no quieren cumplir su función a nivel de toda la empresa

Contabilidad- se encarga de que las facturas cumplan con su secuencia, se encargan de que los depósitos sean del mismo valor de las facturas emitidas, se encargan de revisar retenciones, emitir pagos, revisar cuando lleguen los pedidos que el pedido este completo.

Contador- se encarga de supervisar todos los procesos contables para que de esta manera no existan fallas al realizar las declaraciones (permisos, impuestos etc)

Asistente contable- se encarga de hacer los procesos contables de la empresa, se encarga de que revisar cualquier falla contable antes que llegue al contador busca la solución de esta para evitarle contratiempos al contador.

## **Internacionalización**

### **Método de internacionalización:**

Fundación vista para todos se manejará se manejará bajo el termino

“Inversión extranjera directa” con la línea de negocio que se expandirá desde la matriz a las filiales de pasto (sucursal existente) y el proyecto de la apertura sucursal Bogotá. Por lo tanto, hacemos referencia que el capital invertido nos dará la obtención de un rendimiento en el país bajo este término contaremos con control total de la empresa matriz en ambos establecimientos.

Objetivos y metas principales de la expansión internacional.

La internacionalización que se adapta en el estudio y propuesta para Fundación Vista para todos es la internacionalización de inversión directa ya que el objetivo es crear una filial en Bogotá con recursos propios con ventajas como total control sobre la operación, inventarios e inversión permitiendo gracias a la experiencia que ya tiene la Fundación replicar casos de éxito.

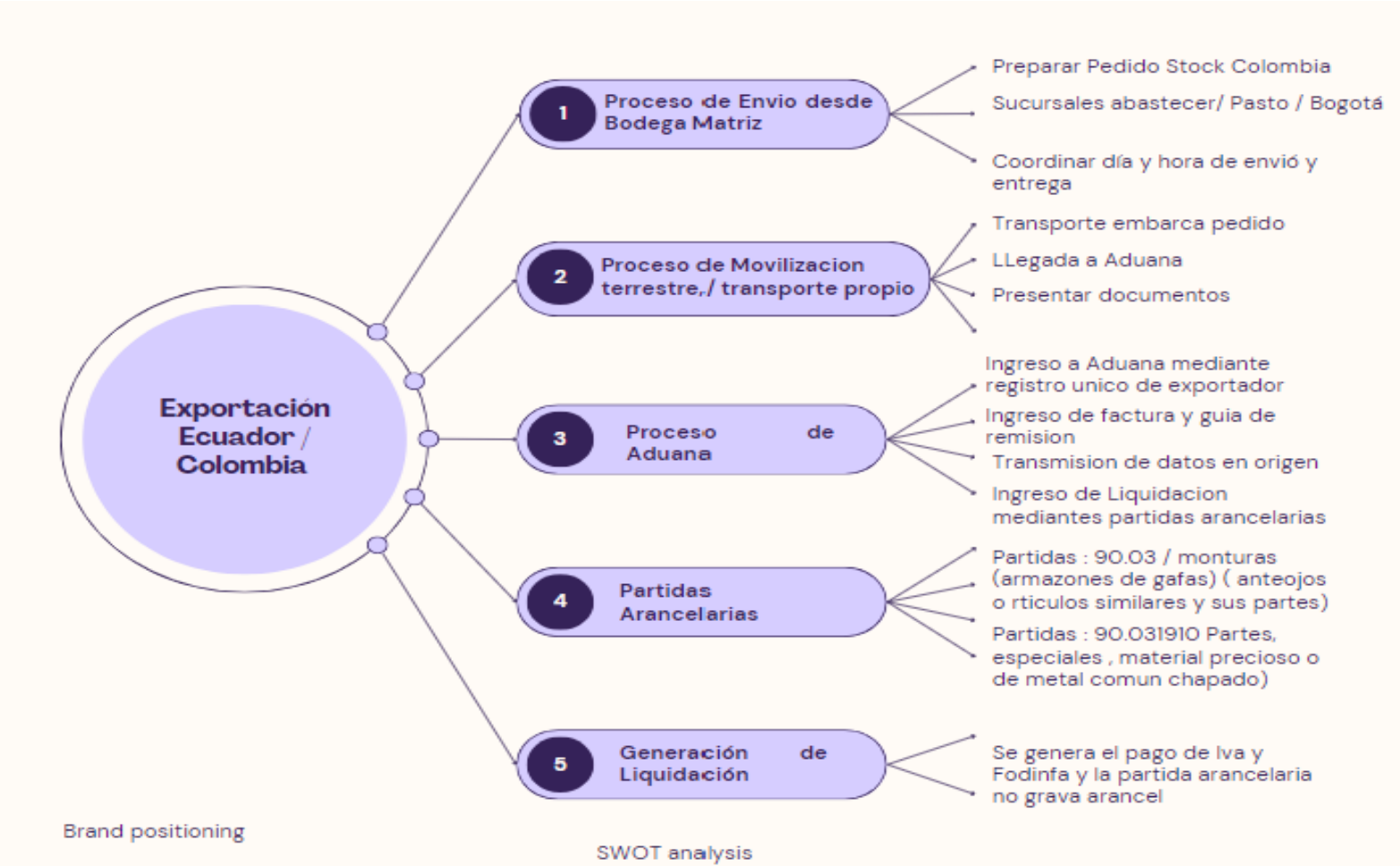
La internacionalización de Fundación Vista para Todos en Bogotá implica expandir sus actividades y servicios más allá de las fronteras nacionales y atender a un mercado internacional. Para llevar a cabo este proceso, es esencial establecer objetivos y metas claras que guíen la expansión hacia el extranjero. Algunos de los objetivos y metas principales son:

Características:

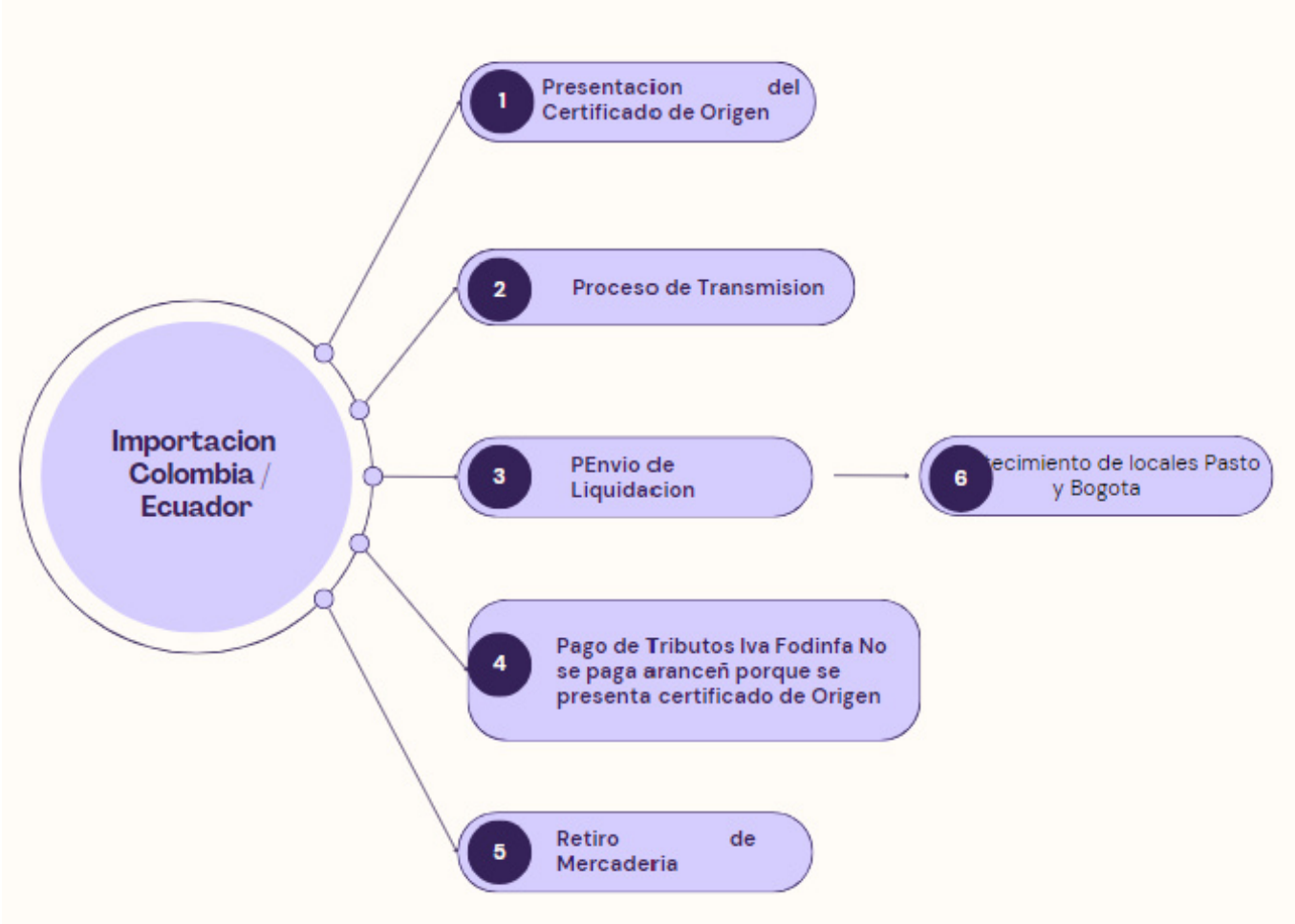
- Se realizará transferencia directa de Capital
- Se manejará bajo la consistencia de la adquisición de activos fijos.
- En el control de la compañía la finalidad es obtener beneficios que sostendrán los programas de la fundación ya que el proyecto es autosustentable.

**Desarrollo logístico de importación**

**GRÁFICO 5.2: Proceso de Exportación Ecuador**



**GRÁFICO 5.3: Proceso de importación Colombia**





**TABLA 5.1: PARTIDAS ECUADOR**

90.03	Monturas (armazones) de gafas (anteojos) o artículos similares y sus partes.			
	- Monturas (armazones):			
9003.11.00.00	-- De plástico	u	0	
9003.19	-- De otras materias:			
9003.19.10.00	--- De metal precioso o de metal común chapado (plaqué)	u	0	
9003.19.90.00	--- Las demás	u	0	
9003.90.00.00	- Partes	u	5	

**TABLA 5.2: PARTIDAS COLOMBIA**

*Clasificación arancelaria por partida de los instrumentos y aparatos de optometría en Colombia.*

Partida arancelaria	Descripción
90.01	Fibras ópticas y haces de fibras ópticas; cables de fibras ópticas, excepto los de la partida 85.44; hojas y placas de material polarizante; lentes (incluso de contacto), prismas
90.03	Monturas (armazones) de gafas (anteojos) o artículos similares y sus partes
90.04	Gafas (anteojos) correctoras, protectoras u otras, y artículos similares

**TABLA 5.3: PARTIDAS COLOMBIA**

<b>Partida arancelaria</b>	<b>Descripción</b>
90.01.20.00.00	Hojas y placas de materia polarizante
90.01.30.00.00	Lentes de contacto
90.01.40.00.00	Lentes de vidrio para gafas (anteojos)
90.01.50.00.00	Lentes de otras materias para gafas (anteojos)
90.01.90.00.00	Los demás, fibras ópticas y haces de fibras ópticas; cables de fibras ópticas, excepto los de la partida 85.44; hojas y placas de material polarizante; lentes (incluso de contacto), prismas
90.03.11.00.00	Monturas (armazones): de plástico

<b>Partida arancelaria</b>	<b>Descripción</b>
90.03.19.10.00	Monturas (armazones) de otras materias: de metal precioso o de metal común chapado (plaqué)
90.03.19.90.00	Las demás monturas (armazones) de otras materias
90.03.90.00.00	Partes de monturas (armazones) de gafas o artículos similares
90.04.10.00.00	Gafas (anteojos) de sol
90.04.90.90.00	Las demás gafas (anteojos) correctoras, protectoras u otras, y artículos similares

Fuente: Arancel Armonizado de Colombia

## Objetivos Internacionalización

1. Acceso a nuevos mercados: La Fundación podría buscar oportunidades en otros países donde haya una demanda para sus servicios y productos, brindando así atención a personas con discapacidad visual en diferentes partes del mundo.
2. Aumento del alcance y la visibilidad: La internacionalización permitirá que la Fundación sea reconocida a nivel global, lo que a su vez podría atraer a donantes, colaboradores y voluntarios internacionales.
3. Impacto social más amplio: Al expandir sus servicios a nivel internacional, la Fundación tendrá la oportunidad de llegar a más personas con discapacidad visual, generando un mayor impacto en la sociedad global.
4. Diversificación de ingresos: Al ingresar a nuevos mercados, la Fundación podría diversificar sus fuentes de financiamiento, reduciendo así su dependencia de una única fuente de ingresos.
5. Aprendizaje y mejora continua: La internacionalización brinda la posibilidad de aprender de otras culturas, enfoques y prácticas, lo que podría llevar a una mejora continua en la prestación de servicios.

En cuanto a la adaptación del producto o servicio, es fundamental analizar si es necesario realizar cambios para satisfacer las necesidades y preferencias del mercado internacional. Esto puede incluir aspectos como:

1. Etiquetado y comunicación: Asegurarse de que la información proporcionada sobre los servicios y productos esté disponible en los idiomas locales del país de destino.
2. Empaque: Considerar si el empaque actual del producto se adapta a las regulaciones y preferencias locales del país al que se está expandiendo.
3. Estándares de calidad: Evaluar si los estándares de calidad y seguridad del producto o servicio cumplen con las normativas del país de destino.

4. Regulaciones específicas: Investigar y cumplir con las regulaciones específicas relacionadas con la prestación de servicios y la comercialización de productos en el país al que se expande.

5. Culturalmente relevante: Adaptar la oferta de servicios o productos para que sean culturalmente relevantes y respetuosos con las costumbres y tradiciones locales.

Es importante realizar un estudio de mercado exhaustivo antes de emprender la internacionalización, para comprender las particularidades del país objetivo y así asegurar el éxito de la expansión. Además, la Fundación deberá contar con un equipo y socios locales en el país de destino que puedan brindar apoyo y conocimiento sobre el entorno local.

### **Estrategia de Expansión.**

#### **Exportación Directa**

Proceso de exportación directa aplicado al "Plan Estratégico de Negocio y Análisis de Factibilidad para la Internacionalización de Fundación Vista para Todos en el país Colombia". Este proceso se centra en la exportación de servicios de salud oftalmológica:

##### 1. Investigación y Preparación:

- Investigaremos la demanda y necesidad de servicios oftalmológicos en el país objetivo que en este caso es Colombia.
- Evaluar la regulación y requisitos de exportación de servicios médicos en ese Colombia.

##### 2. Adaptación de Servicios:

- Asegurarnos que los servicios oftalmológicos sean adaptables a las regulaciones y necesidades de salud locales en Colombia.

### 3. Documentación Legal:

- Obtener los permisos y licencias necesarios para ofrecer servicios de salud en el Colombia.
- Asegurar de cumplir con las regulaciones sanitarias y médicas locales.

### 4. Clasificación de Servicios:

- Clasificar los servicios según las regulaciones y códigos médicos de Colombia.
- Comprobar si se requieren certificaciones médicas específicas para operar en Colombia.

### 5. Aranceles y Regulaciones:

- *“Los servicios médicos pueden estar exentos de aranceles, los productos médicos incluidos los productos oftalmológicos deben ser registraos ante el INVIMA, además de obtener un certificado del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos.”* (Jorge, 2014)

### 6. Embalaje y Etiquetado:

- En los suministros médicos involucrados, asegurar que estén correctamente embalados y etiquetados según las regulaciones locales.

### 7. Documentos de Exportación:

- Preparar documentos como facturas, certificados médicos, documentos de salud requeridos y contratos con pacientes.

### 8. Logística y Transporte:

- Coordinar la logística para cualquier equipo o suministros médicos que deban ser transportados junto con los servicios.
- Planificar para que los plazos de atención se ajusten a las necesidades de los pacientes.

#### 9. Cumplimiento y Regulaciones de Salud:

- Asegurar de cumplir con todas las regulaciones de salud y seguridad del país objetivo.
- Verificar si se requiere alguna certificación médica o acreditación específica.

#### 10. Pago y Finanzas:

- Definir los términos de pago con los pacientes extranjeros y considerar las tasas de conversión de moneda.

#### 11. Seguro y Protección:

- Asegurar los equipos, suministros y cualquier elemento físico que se envíe junto con los servicios.

#### 12. Distribución y Entrega:

- Coordinar con los pacientes y socios locales para proporcionar los servicios y, si es necesario, los equipos o suministros.

#### 13. Seguimiento y Servicio al Cliente:

- Mantener una comunicación constante con los pacientes, asegurando que estén satisfechos con los servicios recibidos.

#### 14. Evaluación y Mejora Continua:

- Evaluar el éxito de la internacionalización y los servicios proporcionados.
- Utilizar la experiencia para mejorar y expandir nuestros servicios de manera efectiva.

- **Valores Corporativos**
- Lealtad
- Innovación
- Competitividad
- Confianza
- Fiabilidad
- Excelencia
- Tolerancia ante los adultos mayores o con discapacidad
- Honestidad
- Pasión por el servicio social
- Curiosidad para decorar, promocionar los lentes
- Colaboración para las brigadas medicas

Digitalizar el proceso de consulta a través de una app para agendar por hora y día la consulta y evitar los tiempos de espera de los pacientes

Optimizar el uso de redes sociales con el fin de no saturar la misma y elegir cuidadosamente lo que se va a subir

Realizar constantes capacitaciones para mejorar el servicio al cliente

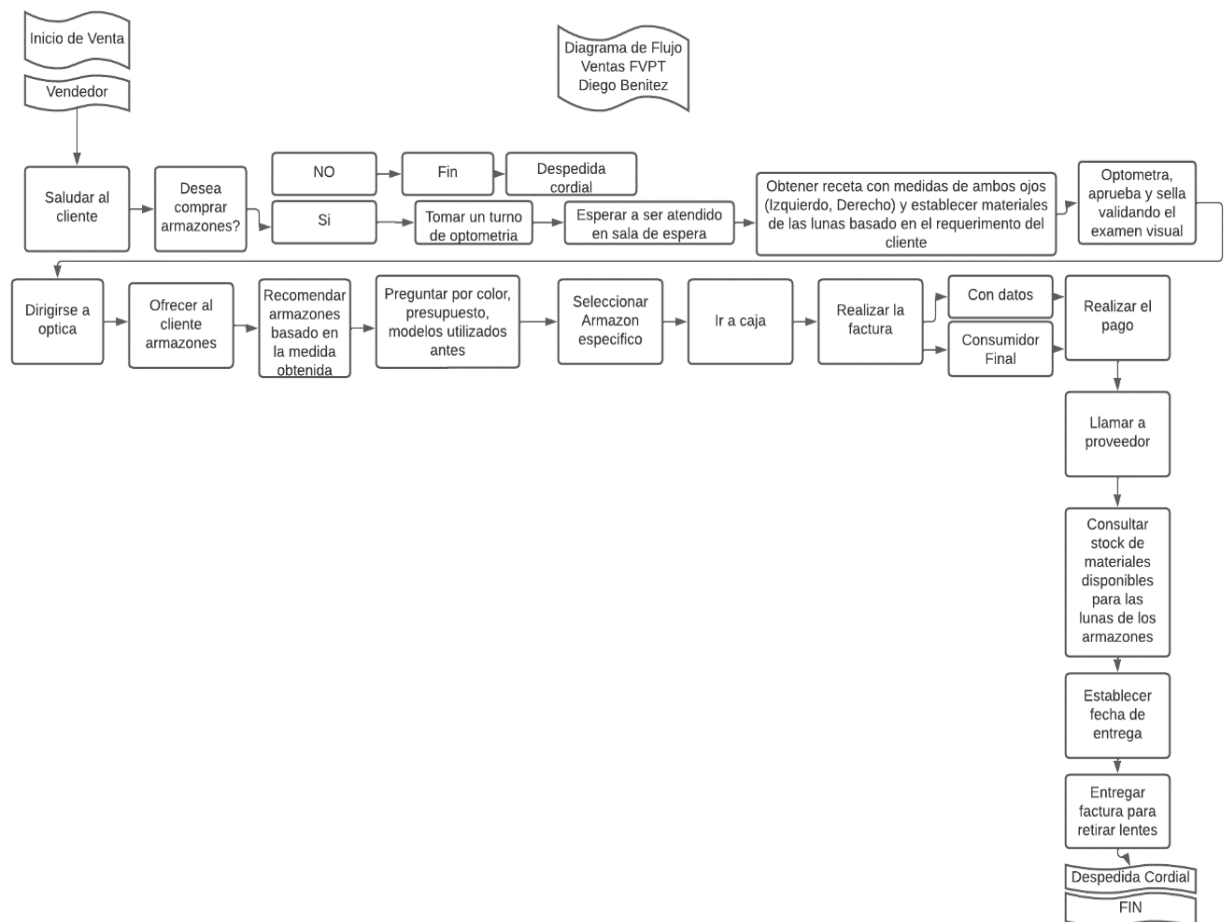
Revisar y renovar equipos tecnológicos para optimizar tiempo de entrega y disminuir el tiempo de espera del paciente hasta que sus lentes estén listos

Revisar el rendimiento del personal para seleccionar en que área se desempeña mejor el empleado

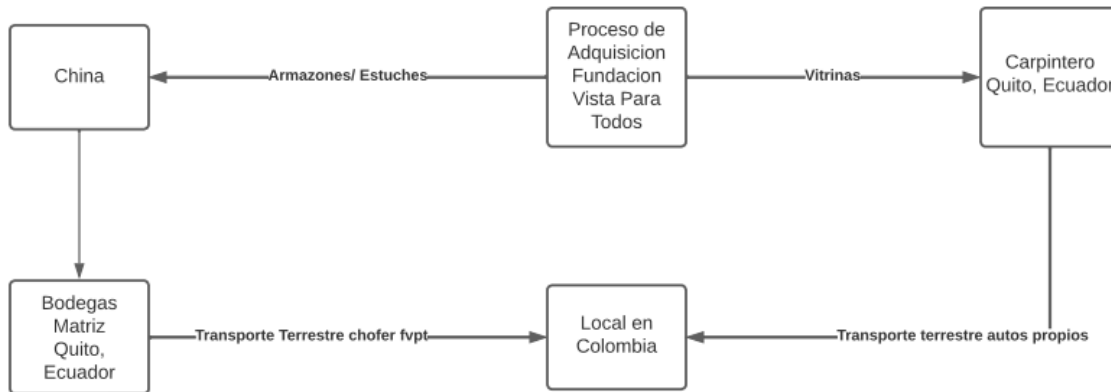
Revisar constantemente sistemas de seguridad e inventarios para evitar robos  
Indicar la forma en la que van a documentar

Todo armazón debe tener su código de barras de tal manera que al vender el mismo se genera el siguiente pedido al saber de qué precio, marca, color fue el armazón vendido.

- Se debe realizar constantes (semanal) gráficos de rendimientos en ventas y evaluar las quejas que tienen los clientes para mejorar el servicio y detectar las fallas a tiempo
- Optimizar tiempo de entrega e implementar la entrega a domicilio de los lentes
- Definir excelentes jefes de área que garanticen el funcionamiento óptimo de los trabajadores en su área todo el tiempo que los mismos no pasen desocupados si no sean productivos siempre
- Especificar el trabajo y rol de cada empleado







Los productos se importan desde china por barco para optimizar costos siguiendo las últimas tendencias en modelos de armazones aproximadamente se demora en llegar 20 días una vez que llega al Ecuador se paga el flete y los impuestos a la aduana y se despacha finalmente llegando a las bodegas de la matriz en quito. En quito contamos con choferes y autos propios que viajan pasando un día a Tulcán y pasto. Haciendo la primera parada en nuestro local de pasto donde tenemos una habitación para que el chofer descanse puede continuar el viaje hacia el siguiente local de Colombia esto al inicio debido a que es lo el proceso por la cercanía de nuestro local con la frontera de Ecuador, pero a futuro se podría conseguir proveedores en Colombia directamente para abaratar costos de trasporte y optimizar tiempo. Los lentes se deben enviar a elaborar en un laboratorio cercano al segundo local para optimizar tiempos de entrega las reposiciones de armazones se realizan 1-2 veces a la semana únicamente por lo que se podría seguir enviando desde Ecuador para iniciar y probar el modelo de negocio. Así mismo al tener carpinteros que nos dan a precio de costo al por mayor se enviaría los muebles básicos desde acá hasta conseguir un carpintero que nos establezca un precio óptimo para el local. Al tener autos propios optimizamos recursos y sabemos los requisitos para circular en Colombia como el S.O.A.T al pasar desde pasto. De esta manera iniciamos en Pasto debido a que intentamos realizar los muebles directamente allá pero desafortunadamente tuvimos varios incumplimientos en las fechas de entrega retrasando la apertura e inauguración del local y esto implicando un alto costo sin retorno de inversión que era el arriendo al no poder abrir hasta

tener todo y ni si quiera poder gestionar los permisos hasta tener todo lo necesario.

### **Proceso de Importación:**

#### 1. Orden de Compra y Acuerdo con Proveedores en China:

- Se realiza una orden de compra con proveedores en China para los productos oftalmológicos, incluyendo modelos de armazones.

#### 2. Producción y Empaque:

- Los proveedores en China producen los productos y los empaquetan según las especificaciones y requerimientos.

#### 3. Transporte Marítimo:

- Los productos son transportados por barco desde China a Ecuador para optimizar costos.

- Se prepara la documentación de embarque, incluyendo el Bill of Lading (conocimiento de embarque) y factura comercial.

#### 4. Llegada a Puerto en Ecuador:

- Los productos llegan al puerto de destino en Ecuador después de aproximadamente 20 días.

#### 5. Pago de Flete e Impuestos:

- Se realiza el pago del flete marítimo y se calculan los impuestos de importación y aranceles en la aduana ecuatoriana.

#### 6. Despacho Aduanero:

- Se presenta la documentación de importación a la aduana para el despacho aduanero, que incluye el Bill of Lading, factura comercial, packing list y otros

documentos necesarios.

#### 7. Pago de Impuestos y Liberación de la Carga:

- Se paga el arancel, el impuesto al valor agregado (IVA) y otros impuestos aplicables a la aduana.

- Una vez que se realiza el pago, la carga es liberada y se le permite ingresar al territorio ecuatoriano.

#### 8. Transporte Interno:

- Los productos son transportados desde el puerto hasta las bodegas de la matriz en Quito.

#### 9. Recepción y Almacenamiento:

- Los productos son recibidos en las bodegas y se realiza el almacenamiento de acuerdo con las necesidades de la matriz.

#### Elementos para Avalar el Proceso de Comercio Exterior:

##### 1. Factura Comercial:

- Documento que detalla la información sobre la transacción comercial, incluyendo la descripción de los productos, precios y términos de pago.

##### 2. Bill of Lading (Conocimiento de Embarque):

- Certifica la propiedad y el transporte de la carga por mar. Es esencial para liberar la carga en el puerto de destino.

##### 3. Packing List:

- Lista detallada de los productos en el envío, incluyendo cantidades, descripciones y números de referencia.

##### 4. Documentos de Aduana:

- Documentos que incluyen la declaración de importación y otros formularios requeridos por la aduana ecuatoriana.

5. Certificados de Origen y Calidad:

- Documentos que certifican el país de origen de los productos y su calidad, si es necesario.

6. Documentos de Pago:

- Pruebas de pago de flete, impuestos y otros gastos relacionados con la importación.

7. Seguro de Carga:

- Póliza de seguro que cubre la carga durante el transporte marítimo.

8. Registros Contables y Financieros:

- Documentación financiera que respalda los costos y gastos relacionados con la importación.

9. Licencias y Permisos:

- Cualquier licencia o permiso requerido por las autoridades ecuatorianas para importar productos oftalmológicos.

10. Documentación de Transporte Interno:

- Documentos que respaldan el transporte interno desde el puerto hasta las bodegas en Quito.

**Almacenamiento y gestión de inventario:**

Plan de Almacenamiento y Gestión de Inventario para la Internacionalización de Fundación Vista para Todos en Bogotá:

1. Almacenamiento de Armazones y Vidrio de Lentes:

- a) Selección de un Centro de Distribución: Identificar y establecer un centro de distribución en el país de destino que esté estratégicamente ubicado, teniendo en cuenta la cercanía a las principales áreas de atención y a los proveedores locales.
- b) Instalaciones Adecuadas: Acondicionar el centro de distribución con instalaciones adecuadas para el almacenamiento de armazones y vidrios de lentes. Esto incluye estanterías y sistemas de almacenamiento que faciliten la organización y acceso eficiente a los productos.
- c) Control de Inventario: Implementar un sistema de gestión de inventario que permita llevar un registro detallado de las existencias disponibles. Utilizar un software de gestión de inventario puede ser una opción para mantener la trazabilidad de los productos.
- d) Etiquetado y Clasificación: Etiquetar claramente cada tipo de armazón y vidrio de lente para facilitar su identificación y evitar confusiones en el momento de los despachos.
- e) Control de Calidad: Realizar inspecciones periódicas para asegurar la calidad de los productos almacenados y garantizar que cumplan con los estándares establecidos.

## 2. Plan de Administración de Inventario y Generación de Pedidos de Reposición Continuo:

- a) Establecer Niveles de Inventario: Definir niveles de inventario óptimos para cada tipo de armazón y vidrio de lente, considerando la demanda esperada y los tiempos de entrega de los proveedores locales.
- b) Punto de Reorden: Establecer un punto de reorden para cada producto, que indique cuándo es el momento de generar un nuevo pedido de reposición. El punto de reorden debe estar por encima del stock de seguridad para evitar faltantes.
- c) Monitoreo Constante: Realizar un seguimiento continuo de los niveles de

inventario y las ventas para identificar patrones de demanda y ajustar los niveles de reorden en consecuencia.

d) Proveedores Locales: Establecer relaciones sólidas con proveedores locales confiables y asegurarse de que puedan cumplir con los plazos de entrega acordados.

e) Pedidos Automatizados: Implementar un sistema de pedidos automatizados que se active cuando los niveles de inventario alcancen el punto de reorden. Esto agilizará el proceso de reposición y evitará la acumulación de excesos de inventario.

f) Gestión de Retornos y Devoluciones: Establecer un proceso claro para gestionar posibles devoluciones de productos defectuosos o dañados, asegurando que sean reemplazados rápidamente y que no afecten el flujo continuo de mercancías.

g) Plan de Contingencia: Diseñar un plan de contingencia para enfrentar situaciones imprevistas que puedan afectar el suministro de productos, como retrasos en los envíos o cambios en la demanda.

Este plan de almacenamiento y gestión de inventario permitirá a la Fundación Vista para Todos asegurar un flujo continuo de mercancías, evitando tanto los excesos como los faltantes, lo que contribuirá al éxito de su internacionalización al ofrecer una atención eficiente y oportuna a las personas con discapacidad visual en el país de destino.

### **Servicio al cliente y posventa:**

Plan de Atención al Servicio Postventa para la Internacionalización de Fundación Vista para Todos en Bogotá:

#### 1. Establecer Canales de Comunicación:

a) Línea telefónica de atención al cliente: Habilitar un número de teléfono dedicado a consultas, reclamos y asistencia posventa, con personal capacitado para atender

las necesidades de los clientes.

b) Correo electrónico: Establecer una dirección de correo electrónico para que los clientes puedan enviar sus consultas y recibir respuestas rápidas y efectivas.

c) Chat en línea: Implementar una función de chat en el sitio web de la Fundación para brindar soporte en tiempo real a los usuarios.

## 2. Crear una Base de Conocimiento:

Desarrollar una sección de preguntas frecuentes (FAQ) en el sitio web, que aborde las dudas más comunes de los clientes y brinde respuestas claras y detalladas.

## 3. Personal Capacitado:

Brindar capacitación a los empleados encargados del servicio al cliente y posventa, para que estén preparados para resolver cualquier consulta o reclamo de manera profesional y empática.

## 4. Resolución Rápida de Problemas:

Establecer un protocolo para responder a los clientes en el menor tiempo posible y ofrecer soluciones efectivas a sus problemas. Es importante demostrar interés en resolver las inquietudes de los clientes de manera oportuna.

## 5. Gestión de Reclamos:

Crear un sistema para registrar y hacer seguimiento de los reclamos de los clientes. Asegurarse de que cada reclamo sea atendido adecuadamente y que se tomen medidas para evitar que el problema se repita en el futuro.

## 6. Garantías y Devoluciones:

Definir claramente las políticas de garantías y devoluciones para los productos y servicios ofrecidos. Garantizar que los clientes sean informados sobre los términos y condiciones de estas políticas y que se cumplan en caso de ser necesario.

#### 7. Encuestas de Satisfacción:

Realizar encuestas periódicas de satisfacción del cliente para evaluar el nivel de servicio proporcionado. Utilizar los resultados para identificar áreas de mejora y fortalezas en la atención al cliente.

#### 8. Programas de Fidelización:

Implementar programas de fidelización para premiar la lealtad de los clientes. Estos programas pueden incluir descuentos especiales, beneficios exclusivos o puntos de recompensa por compras frecuentes.

#### 9. Seguimiento Proactivo:

Realizar un seguimiento proactivo de los clientes después de la compra, para asegurarse de que están satisfechos con su experiencia y para ofrecer ayuda adicional si es necesario.

#### 10. Mejora Continua:

Mantener un enfoque de mejora continua en el servicio al cliente y posventa, tomando en cuenta los comentarios y sugerencias de los clientes para optimizar los procesos y brindar una atención cada vez más eficiente y satisfactoria.

Este plan de atención al servicio postventa permitirá a la Fundación Vista para Todos en Bogotá mantener la satisfacción del cliente, fomentar la lealtad hacia la marca y asegurar una experiencia positiva para aquellos que buscan sus servicios en el país de destino durante su proceso de internacionalización.

#### Sostenibilidad y responsabilidad social.

La sostenibilidad y responsabilidad social son aspectos fundamentales que la Fundación Vista para Todos debe abordar durante su proceso de internacionalización en Bogotá. Para ello, se pueden implementar las siguientes estrategias:



### **Reducción del Impacto Ambiental:**

a) **Uso de Materiales Sostenibles:** Evaluar y seleccionar proveedores que ofrezcan productos fabricados con materiales sostenibles y eco amigables, como armazones de lentes hechos de materiales reciclados o biodegradables.

b) **Gestión de Residuos:** Implementar prácticas de gestión de residuos adecuadas en los centros de distribución y oficinas, promoviendo la separación y reciclaje de materiales para reducir la huella de carbono.

c) **Eficiencia Energética:** Adoptar tecnologías y equipos que mejoren la eficiencia energética en las operaciones de la Fundación.

### **2. Prácticas Éticas en la Cadena de Suministro:**

a) **Selección de Proveedores Responsables:** Realizar una evaluación exhaustiva de los proveedores y socios potenciales, asegurándose de que cumplan con estándares éticos, laborales y medioambientales.

b) **Fomento de Prácticas Justas:** Mantener relaciones de negocios justas y transparentes con los proveedores, respetando los derechos de los trabajadores y evitando prácticas de explotación laboral.

c) **Cumplimiento Legal y Regulatorio:** Asegurarse de que todos los proveedores y socios cumplan con las regulaciones y normativas locales e internacionales aplicables.

### **3. Responsabilidad Social:**

a) **Inclusión y Diversidad:** Promover la inclusión y diversidad en el equipo de trabajo, asegurando igualdad de oportunidades y un ambiente laboral inclusivo.

b) **Colaboración con ONGs y Comunidades:** Establecer alianzas con organizaciones no gubernamentales y comunidades locales para llevar a cabo proyectos sociales que beneficien a personas con discapacidad visual.

c) **Transparencia y Rendición de Cuentas:** Ser transparentes sobre las acciones y resultados obtenidos en materia de sostenibilidad y responsabilidad social, publicando informes periódicos para mostrar los avances realizados.

### **Educación y Concientización:**

a) **Sensibilización sobre Sostenibilidad:** Desarrollar campañas de sensibilización dirigidas tanto al equipo interno como a los clientes y proveedores, para fomentar prácticas sostenibles y socialmente responsables.

b) **Capacitación en Responsabilidad Social:** Brindar capacitación a los empleados para que entiendan la importancia de la responsabilidad social y puedan integrar estos valores en su trabajo diario. La Fundación Vista para Todos en Bogotá puede convertirse en un ejemplo de sostenibilidad y responsabilidad social al adoptar estas prácticas en su cadena de suministro y operaciones, demostrando su compromiso con el bienestar de la sociedad y el cuidado del medio ambiente durante su proceso de internacionalización.

**CAPÍTULO VI**  
**Estudio Financiero**

**NOMINA DIRECTA**

DESCRIPCION	CANTIDAD	SUELDO	SALUD	PENSION	ARL	CESANTIAS	MENSUAL	VACACIONES	ANUAL
SUELDOS VENDEDORES	1	\$ 488,33	\$ 41,51	\$ 58,60	\$ 11,87	\$ 40,68	\$ 640,98	\$ 244,17	\$ 7.691,78
SUELDO TECNOLOGOS	1	\$ 1.220,83	\$ 103,77	\$ 146,50	\$ 29,67	\$ 101,70	\$ 1.602,46	\$ 610,42	\$ 19.229,54
SUPERVISOR DE LOCAL	1	\$ 610,41	\$ 51,88	\$ 73,25	\$ 14,83	\$ 50,85	\$ 801,22	\$ 305,21	\$ 9.614,69
LIMPIEZA	1	\$ 366,25	\$ 31,13	\$ 43,95	\$ 8,90	\$ 30,51	\$ 480,74	\$ 183,13	\$ 5.768,88
								<b>TOTAL</b>	<b>\$ 36.536,01</b>

**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	MESES	VALOR	TOTAL ANUAL
ARRIENDO	12	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
TELEFONO	12	\$ 25,00	\$ 300,00
LUZ	12	\$ 43,00	\$ 516,00
INTERNET	12	\$ 33,00	\$ 396,00
GASTOS MANTENIMIENTO	1	\$ 400,00	\$ 400,00
GASTOS VARIOS CAJA	12	\$ 50,00	\$ 600,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 38.212,00</b>

	NOMINA	ADMINISTRATIVOS	TOTAL
<b>TOTAL GASTOS COMERCIAL</b>	\$ 23.075,35	\$ 19.106,00	\$ 42.181,35
<b>TOTAL GASTOS SERVICIOS</b>	\$ 19.229,54	\$ 19.106,00	\$ 38.335,54

**TABLA 6.1:Ventas**

<b>MERCADO POTENCIAL</b>	120.000,00
<b>PLAN DE VENTAS 3%</b>	3.600,00

DESCRIPCION	PORCENTAJE	1	2	3	4	5
<b>CONSULTA</b>	<b>21%</b>	756,00	778,68	809,83	842,22	884,33
<b>EXAMENES VISUALES</b>	<b>19%</b>	684,00	704,52	732,70	762,01	800,11
<b>CIRUGIA CATARATA</b>	<b>9%</b>	324,00	333,72	347,07	360,95	379,00
<b>CIRUGIA VARIADA</b>	<b>3%</b>	108,00	111,24	115,69	120,32	126,33
<b>TOTAL</b>	<b>52%</b>	3.120,00				

<b>LENTES GRADUADOS</b>	<b>48%</b>	1.728,00	1.779,84	1.851,03	2.036,14	2.137,94
<b>CLASIFICACION LENTES</b>						
85%	<b>BASICOS</b>	1.469	1.542	1.619	1.700	1.785
10%	<b>MEDIOS</b>	173	181	191	200	210
5%	<b>PREMIUM</b>	86	91	95	100	105

**TABLA 6.2: LIQUIDACION**

CODIGO	DESCRIPCION	P. UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
	ARMAZONES	79	300	23700,00
	ARMAZONES	39,5	300	11850,00
	ARMAZONES	9,9	300	2970,00
		FOB		38520,00
		FLETE		100,00
		TOTAL		38620,00
	DERECHOS E IMPUESTOS			
	GASTOS DE DESPACHOS (Honorarios)			250,00
	TRANSPORTE INTERNO			100,00
	GASTOS OPERATIVOS			25,00
	GASTOS FINANCIEROS			50,00
				39045,00
		<u>39045,00</u>		
FACTOR		<u>38520,00</u>		
		1,013629283		

LIQUIDACION IMPORTACION FUNDACION VISTA PARA TODOS					
PEDIDO:		PD-01-ARMAZONES			
PROVEEDOR:		XXXX			
CANTIDAD	CODIGO	DESCRIPCION	P. UNITARIO	FACTOR DE DISTRIBUCION	COSTO BODEGA
300	9003	ARMAZONES	79	1,013629283	80,08
300	9003	ARMAZONES	39,5	1,013629283	40,04
300	9003	ARMAZONES	9,9	1,013629283	10,03

**TABLA 6.4: COSTOS SERVICIOS**

COSTOS SERVICIOS					
DESCRIPCION	C/ HORA HOMBRE	Horas Capacidad Instalada	Costo Dia	Costo Mes	Costo Anual
CONSULTA	\$ 6,68	3	\$ 21,04	\$ 420,84	\$ 5.050,08
EXAMENES VISUALES	\$ 5,58	3	\$ 15,90	\$ 318,06	\$ 3.816,72
				<b>TOTAL</b>	\$ 8.866,80

**TABLA 6.5: COSTOS PRODUCTOS**

DESCRIPCION	BASICOS2	MEDIOS	PREMIUM
AUTOREFRACTOR	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83
IMPRESIÓN TERMICA	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03
OPTOTIPO	\$ 0,02	\$ 0,02	\$ 0,02
ARMAZONES	\$ 10,03	\$ 40,04	\$ 80,08
ESTUCHES	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40
ARMADO	\$ 1,62	\$ 1,62	\$ 1,62
Costo por Producto	\$ 12,93	\$ 42,94	\$ 82,98
<b>COSTOS PRODUCCION ANUAL</b>	\$ 18.997,02	\$ 7.420,67	\$ 7.169,79
<b>COSTO TOTAL ANUAL</b>	\$ 33.587,49		

**TABLA 6.6: ESTADO DE COSTOS**

ESTADOS DE COSTOS SERVICIOS					
	1	2	3	4	5
COSTO SERVICIOS	\$ 8.866,80	\$ 9.132,80	\$ 9.498,12	\$ 9.878,04	\$ 10.371,94
COSTO PRODUCCION	\$ 8.866,80	\$ 9.132,80	\$ 9.498,12	\$ 9.878,04	\$ 10.371,94
Gastos Administrativos	\$ 38.335,54	\$ 39.485,60	\$ 41.065,03	\$ 42.707,63	\$ 44.843,01
Gastos de Ventas y MKT	\$ 1.500,00	\$ 1.545,00	\$ 1.606,80	\$ 1.671,07	\$ 1.754,63
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 48.702,34</b>	<b>\$ 50.163,41</b>	<b>\$ 52.169,94</b>	<b>\$ 54.256,74</b>	<b>\$ 56.969,58</b>
UTILIDAD SERVICIOS	\$ 2.660,04	\$ 2.739,84	\$ 2.849,43	\$ 2.963,41	\$ 3.111,58
PRECIO DE VENTA	\$ 51.362,38	\$ 52.903,25	\$ 55.019,38	\$ 57.220,15	\$ 60.081,16
CONSULTA	21%				
EXAMENES VISUALES	19%				
CIRUGIA CATARATA	9%	SE PRESENTARA EN EL QUINTO AÑO			
CIRUGIA VARIADA	3%	SE PRESENTARA EN EL QUINTO AÑO			
CONSULTA	\$ 10.786,10				
EXAMENES VISUALES	\$ 9.758,85				
CONSULTA	\$ 14,27				
EXAMENES VISUALES	\$ 14,27				

**TABLA 6.7: ESTADO DE COSTOS**

ESTADOS DE COSTOS COMERCIALES					
	1	2	3	4	5
COSTO LENTES	\$ 33.587,49	\$ 34.595,11	\$ 35.978,92	\$ 37.418,07	\$ 39.288,98
COSTO SERVICIOS	\$ -				
COSTO PRODUCCION	\$ 33.587,49	\$ 34.595,11	\$ 35.978,92	\$ 37.418,07	\$ 39.288,98
Gastos Administrativos	\$ 42.181,35	\$ 43.446,79	\$ 45.184,66	\$ 46.992,05	\$ 49.341,65
Gastos de Ventas y MKT	\$ 1.500,00	\$ 1.545,00	\$ 1.591,35	\$ 1.655,00	\$ 1.737,75
COSTO TOTAL	\$ 77.268,84	\$ 79.586,90	\$ 82.754,93	\$ 86.065,13	\$ 90.368,38
UTILIDAD LENTES	\$ 55.979,15	\$ 57.658,52	\$ 59.964,86	\$ 62.363,46	\$ 65.481,63
PRECIO DE VENTA	\$ 133.247,99	\$ 137.245,42	\$ 142.719,79	\$ 148.428,58	\$ 155.850,01
REDISTRIBUCION	\$ 26.649,60	\$ 27.449,08	\$ 28.543,96	\$ 29.685,72	\$ 31.170,00
P VENTA UNITARIO	\$ 63,50	\$ 66,68	\$ 70,01	\$ 73,51	\$ 77,19

	UNIDADES	COSTO
BASICOS	1.469	10,03
MEDIOS	173	40,04
PREMIUM	86	80,08



**TABLA 6.8: ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

ESTADOS DE PERDIDAS Y GANANCIAS						ESTADOS DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
\$	51.362,38	\$ 52.903,25	\$ 55.019,38	\$ 57.220,15	\$ 60.081,16	<b>INGRESOS</b>	\$ 133.247,99	\$ 137.245,42	\$ 142.719,79	\$ 148.428,58	\$ 155.850,01
\$	8.866,80	\$ 9.132,80	\$ 9.498,12	\$ 9.878,04	\$ 10.371,94	<b>COSTOS</b>	\$ 33.587,49	\$ 34.595,11	\$ 35.978,92	\$ 37.418,07	\$ 39.288,98
\$	42.495,58	\$ 43.770,44	\$ 45.521,26	\$ 47.342,11	\$ 49.709,22	<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 99.660,50	\$ 102.650,31	\$ 106.740,87	\$ 111.010,51	\$ 116.561,04
\$	40.336,53	\$ 41.431,40	\$ 43.077,63	\$ 44.743,93	\$ 46.926,34	<b>GASTOS OPERACIONALE</b>	\$ 44.321,35	\$ 45.611,69	\$ 47.369,31	\$ 49.206,31	\$ 51.594,95
\$	38.335,54	\$ 39.485,60	\$ 41.065,03	\$ 42.707,63	\$ 44.843,01	<b>GADM</b>	\$ 42.181,35	\$ 43.446,79	\$ 45.184,66	\$ 46.992,05	\$ 49.341,65
\$	1.500,00	\$ 1.545,00	\$ 1.606,80	\$ 1.671,07	\$ 1.754,63	<b>G VENTAS Y MKT</b>	\$ 1.500,00	\$ 1.575,00	\$ 1.653,75	\$ 1.736,44	\$ 1.823,26
\$	501,00	\$ 400,80	\$ 405,80	\$ 365,23	\$ 328,70	<b>DEPRECIACIONES</b>	\$ 640,00	\$ 589,90	\$ 530,90	\$ 477,82	\$ 430,04
\$	2.159,04	\$ 2.339,04	\$ 2.443,63	\$ 2.598,19	\$ 2.782,88	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$ 55.339,15	\$ 57.038,62	\$ 59.371,56	\$ 61.804,20	\$ 64.966,09
\$	474,99	\$ 514,59	\$ 537,60	\$ 571,60	\$ 612,23	<b>IMP. A LA RENTA (22%)</b>	\$ 12.174,61	\$ 12.548,50	\$ 13.061,74	\$ 13.596,92	\$ 14.292,54
\$	1.684,05	\$ 1.824,45	\$ 1.906,04	\$ 2.026,58	\$ 2.170,65	<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 43.164,53	\$ 44.490,12	\$ 46.309,82	\$ 48.207,28	\$ 50.673,55

**TABLA 6.9: FLUJO DE EFECTIVO**

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO SERVICIOS						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos Por Ventas		\$ 51.362,38	\$ 52.903,25	\$ 55.019,38	\$ 57.220,15	\$ 60.081,16
Financiamiento						
<b>Total Ingresos</b>	\$ -	\$ 51.362,38	\$ 52.903,25	\$ 55.019,38	\$ 57.220,15	\$ 60.081,16
Costos de Producción		\$ 8.866,80	\$ 9.132,80	\$ 9.498,12	\$ 9.878,04	\$ 10.371,94
Gastos Operación		\$ 40.336,53	\$ 41.431,40	\$ 43.077,63	\$ 44.743,93	\$ 46.926,34
Intereses						
Amortización Prestamo						
Impuestos		\$ 474,99	\$ 514,59	\$ 537,60	\$ 571,60	\$ 612,23
Inversión	\$ 18.659,97					
<b>Total Egresos</b>	\$ 18.659,97	\$ 49.678,32	\$ 51.078,79	\$ 53.113,34	\$ 55.193,57	\$ 57.910,52
<b>Flujo Neto Financiero</b>	\$ -18.659,97	\$ 1.684,05	\$ 1.824,45	\$ 1.906,04	\$ 2.026,58	\$ 2.170,65
<b>Flujo Acumulado</b>		\$ 1.684,05	\$ 1.824,45	\$ 1.906,04	\$ 2.026,58	\$ 2.170,65

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO COMERCIAL OPTICA						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos Por Ventas		\$ 131.767,90	\$ 135.720,93	\$ 141.134,32	\$ 146.779,69	\$ 154.118,68
Financiamiento						
<b>Total Ingresos</b>	\$ -	\$ 131.767,90	\$ 135.720,93	\$ 141.134,32	\$ 146.779,69	\$ 154.118,68
Costos de Producción		\$ 36.121,60	\$ 37.205,25	\$ 38.693,46	\$ 40.241,20	\$ 42.253,26
Gastos Operación		\$ 36.083,63	\$ 37.126,84	\$ 38.545,07	\$ 40.029,09	\$ 41.958,87
Intereses						
Amortización Prestamo						
Impuestos		\$ 13.103,79	\$ 13.505,55	\$ 14.057,08	\$ 14.632,07	\$ 15.379,44
Inversión	\$ 18.659,97					
<b>Total Egresos</b>	\$ 18.659,97	\$ 85.309,02	\$ 87.837,63	\$ 91.295,60	\$ 94.902,36	\$ 99.591,57
<b>Flujo Neto Financiero</b>	\$ -18.659,97	\$ 46.458,88	\$ 47.883,30	\$ 49.838,72	\$ 51.877,34	\$ 54.527,11
<b>Flujo Acumulado</b>		\$ 46.458,88	\$ 47.883,30	\$ 49.838,72	\$ 51.877,34	\$ 54.527,11

**TABLA 6.10: PUNTO DE EQUILIBRIO**

$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{MARGEN CONTRIBUCION (PV UNI - COSTO VARIABLE UNIT)}}$	
PQ=	\$ 44.321,35
	\$ 50,57
PQ=	<u>\$ 876,44</u>

**TABLA 6.11: VAN & TIR**

		SERVICIOS					
I=		5%					
VAN=	\$ -18.659,97	\$ 1.083,53	\$ 1.205,92	\$ 1.262,76	\$ 1.357,58	\$ 1.468,19	
		\$ 1,05	\$ 1,10	\$ 1,16	\$ 1,22	\$ 1,28	
VAN=	\$ 18.659,97	\$ 1.031,94	\$ 1.093,80	\$ 1.091,41	\$ 1.116,89	\$ 1.150,44	
VAN=	<u>\$ -13.175,49</u>	<u>\$ -13.176,16</u>					
TIR=	<u>-27%</u>						

		PRODUCTOS					
I=		20%					
VAN=	\$ -18.659,97	\$ 46.458,88	\$ 47.883,30	\$ 49.838,72	\$ 51.877,34	\$ 54.527,11	
		\$ 1,20	\$ 1,44	\$ 1,73	\$ 2,07	\$ 2,49	
VAN=	\$ -18.659,97	\$ 38.715,73	\$ 33.252,29	\$ 28.841,85	\$ 25.018,01	\$ 21.916,04	
VAN=	<u>\$ 129.083,96</u>	<u>\$ 129.081,14</u>					
TIR=	<u>252%</u>						

**TABLA 6.12: PERIODO DE RECUPERACION**

PERIODO DE RECUPERACION				
SERVICIOS		PRODUCTOS		
AÑO	1	AÑO	1	
\$	18.659,97		18659,97	
\$	46.458,88		1684,05354	
\$	47.883,30		1824,45424	
PRI=	$\frac{1+(18659,97-46458,88)}{47883,3}$	0,41944457	PRI= $\frac{1+18659,97-1083,53}{1205,9198}$	15,5751318

**CONCLUSION:**

Según el estudio financiero realizado, podemos concluir que a pesar de tener un TIR negativo del -27% con respecto al tema de servicios que son las consultas y exámenes, podemos afirmar que el proyecto de la internacionalización de Fundación Vista para todos es viable ya que el modelo de negocio en productos absorbe esa pérdida con un TIR del 252% Obtenido en el mismo periodo estudiado con esto la fundación es autosustentable, mediante sus productos.

## **Conclusiones**

En resumen, la investigación de la Fundación Vista para Todos muestra resultados sobre la importancia de la igualdad de acceso a los servicios de atención oftalmológica. La investigación ha revelado diferentes aspectos de la discapacidad visual y su impacto de gran alcance en las personas, las familias y las comunidades.

Los obstáculos identificados, que van desde la falta de conciencia y las limitaciones financieras hasta las limitaciones de infraestructura, requieren iniciativas conjuntas que involucren a los gobiernos, las ONG, los proveedores de servicios, etc., la atención de la salud y la comunidad. Al eliminar estas barreras a través de intervenciones integrales y sostenibles, la sociedad puede reducir el impacto negativo de la pérdida de visión no tratada y crear un mejor sistema de atención médica, una salud más inclusiva y equitativa

A través de un análisis cuidadoso e investigación, esta tesis ha proporcionado información valiosa sobre las barreras para acceder a la atención oftalmológica y ha sugerido estrategias efectivas para abordar estos problemas resaltando la necesidad urgente de esfuerzos concertados para garantizar que los servicios de atención oftalmológica sean accesibles para todos, independientemente del nivel socioeconómico, la asociación, la ubicación geográfica u otros factores.

Se demuestra el importante potencial y las ventajas de abrir una nueva tienda en Bogotá para la Fundación Vista para Todos. Según los estudios, el aumento de la presencia minorista física de la fundación puede ser una forma poderosa de atraer nuevos clientes y avanzar en el objetivo de hacer que el cuidado de la vista asequible esté disponible para un público más amplio.

## **Recomendaciones**

Dentro de la creación de una fundación oftalmológica es recomendable para cumplir con las estrategias planteadas crear un calendario de ofertas y promociones, que permita introducir al mercado a largo plazo nuevos productos como las gafas de sol como complemento de prevención que no solo se pueden se pueden promocionar en vacaciones o días de verano, apoyado como los click que permiten utilizar tus lentes y convertirlos en gafas rápidamente siendo así algo sustentable durante todo el año cuando las promociones están programadas para períodos de ventas históricamente más bajos.

Las ofertas y promociones se pueden aplicar no solo a los productos sino también a los servicios preventivos y oftalmológicos para generar más valor, conocimiento y fortalecimiento de la marca.

### Referencias:

- Alfredo, N. M. (2005, 1 marzo). *El manejo de la caoba en Quintana Roo, México legislación, responsabilidades y apoyo gubernamental*.  
<https://repositorio.catie.ac.cr/handle/11554/10750>
- Asensio, R. J. (2022). *La Dirección Pública profesional en los gobiernos locales. Marco general y análisis de dos regulaciones autonómicas: Euskadi y Cataluña*.  
Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8835559>
- Carlos, B. B. J. (2022). *Propuesta de un plan de marketing digital para la empresa Sinergia Óptica*. <https://repositorio.uniajc.edu.co/handle/uniajc/920>
- Copcarles. (2021, 17 febrero). *Enfermedades Oculares Profesionales - COP - Clinica Oftalmológica del Penedes ES*. COP - Clinica Oftalmológica del Penedes ES.  
<https://copenedes.com/es/enfermedades-oculares-profesionales/>
- De La Salud, O. M. (2022). *Marco de competencias para la atención ocular*.  
<https://apps.who.int/iris/handle/10665/364202>
- Dominici, G. (2009, 19 septiembre). *From Marketing Mix to E-Marketing Mix: A Literature Overview and Classification*.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1961974](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1961974)
- Elizabeth, C. F. C. (2016, 15 enero). *Evaluación y análisis financiero de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán, mediante la aplicación de la metodología Perlas en el período 2008 – 2013*. <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/14029>
- García del Real, D., G. (2020, 17 diciembre). *Fundación Médica Esperanza*. Fundación Hay Esperanza. <https://www.fundacionhayesperanza.org/>
- Hernando, P. B. (2022, 12 diciembre). *Sistematización sobre el análisis de prefactibilidad para la creación de una fundación prestadora de servicios de*

*salud De las personas privadas de la libertad en la Cárcel Distrital de Bogotá*

D.C. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/15435>

Huang, M., & Rust, R. T. (2020). A Strategic Framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 30-50.

<https://doi.org/10.1007/s11747-020-00749-9>

IAPB. (2023, 31 julio). *La Agencia Internacional para la Prevención de la Ceguera*. La Agencia Internacional para la Prevención de la Ceguera.

<https://www.iapb.org/es/>

Javier, B. C. E. (2018). *Propuesta de implementación del Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma internacional ISO 9001:2015 en la Fundación Acción Colectiva Colombia de Palmira para el año 2018*.

<http://hdl.handle.net/10893/19064>

Jemio Mendoza, J. M. M. Á. (2019, 1 octubre). *Propuesta de optimización de atención al paciente externo en un centro de salud médico de primer nivel*. Repositorio.

<http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/32785>

Jorge, L. B. (2014). *Plan de internacionalización para la exportación de lentes de sol de madera de Kariün SPA*. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/116447>

Marcial, V. F. (2021, 27 marzo). *Marketing Mix de servicios de información: Valor e importancia de la P de producto*. Fernández Marcial | Bibliotecas. Anales de investigación. <http://revistas.bnjm.cu/index.php/BAI/article/view/196>

*Marketing mix.* (s. f.). Google Books.  
[https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=DnOoEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=4+ps+of+marketing&ots=L6Pi99BwXo&sig=Y7SUwMtCEnbkYXiWSeWUEQ1xuLM&redir\\_esc=y#v=onepage&q=4%20ps%20of%20marketing&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=DnOoEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=4+ps+of+marketing&ots=L6Pi99BwXo&sig=Y7SUwMtCEnbkYXiWSeWUEQ1xuLM&redir_esc=y#v=onepage&q=4%20ps%20of%20marketing&f=false)

- OMS. (2018, 19 noviembre). *OMS: Organización Mundial de la Salud - Office of the Secretary-General's Envoy on Youth*. Office of the Secretary-General's Envoy on Youth. <https://www.un.org/youthenvoy/es/2013/09/oms-organizacion-mundial-de-la-salud/>
- OPS. (2023). *Finaliza Acuerdo de cooperación técnica para emergencias y desastres en Salud entre la OPS y Minsalud*. OPS/OMS | Organización Panamericana de la Salud. <https://www.paho.org/es/noticias/16-2-2023-finaliza-acuerdo-cooperacion-tecnica-para-emergencias-desastres-salud-entre-ops>
- Preparación del plan de marketing*. (s. f.). Google Books. [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=E2dQf7-iZm8C&oi=fnd&pg=PA9&dq=plan+de+marketing&ots=7oYPiVbJrv&sig=DYE0HC37-5Q\\_VhwbD1YvM2euahQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=plan%20de%20marketing&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=E2dQf7-iZm8C&oi=fnd&pg=PA9&dq=plan+de+marketing&ots=7oYPiVbJrv&sig=DYE0HC37-5Q_VhwbD1YvM2euahQ&redir_esc=y#v=onepage&q=plan%20de%20marketing&f=false)
- Rust, R. T. (2020). The future of marketing. *International Journal of Research in Marketing*, 37(1), 15-26. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.08.002>
- Srur, L. (s. f.). *Plan de Marketing Digital para PYME - Producción Académica UCC*. <https://pa.bibdigital.ucc.edu.ar/1379/>
- Torres, G. M. K. (2016). Las comisiones de La Verdad en Colombia. «*Revista Jurídica «Mario Alario D'Filippo»*», 8(16), 106-124. <https://doi.org/10.32997/2256-2796-vol.8-num.16-2016-1534>
- Vidal, P. (2016). *Metodología para la elaboración de un plan de marketing online*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5503957>



- Wood, M. J. (2008). Applying Commercial Marketing Theory to Social Marketing: A Tale of 4Ps (and a B). *Social Marketing Quarterly*, 14(1), 76-85. <https://doi.org/10.1080/15245000701856877>
- Churruca, M. D., & Churruca, M. D. (2020). Los tres grandes problemas de las ONGs, Fundaciones y Asociaciones. Luk Comunicación. <https://www.lukcomunicacion.com/blog/los-tres-grandes-problemas-de-las-ongs-fundaciones-y-asociaciones/>
- Salcedo, C. R. (2016, 16 noviembre). ¿Cuál es la percepción de las fundaciones? Diario La República. <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/cual-es-la-percepcion-de-las-fundaciones-2442041>
- Scadmin. (2023). Fundación Vista Para Todos Ecuador | Cirugías laser en Quito Examen Visual | Espejuelos Lentes de Contacto. Fundación Vista Para Todos Ecuador | Cirugías laser en Quito Examen Visual | Espejuelos Lentes de Contacto. <https://fundacionvistaparatodos.com.ec/>
- Spanish, L. S.-. (2019). ¿Cuál es el precio de una operación de ojos LASIK y sus distintas opciones de pago? All About Vision. <https://www.allaboutvision.com/es/cirugia-vision/costo.htm>
- Telégrafo, E. (2020, 31 octubre). Miopía en Ecuador aumentó por el confinamiento, según estudio. El Telégrafo. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/miopia-ecuador-confinamiento-coronavirus-vista>
- Organización Mundial de la Salud (2019, 08 octubre). Informe mundial sobre la visión, Comunicado de Prensa, <https://www.who.int/es/news/item/08-10-2019-who-launches-first-world-report-on-vision>
- A. Scott DuPree y David Winder, (2003). Synergos, Creando una Fundación, ¿Qué habilidades y conocimientos son importantes al establecer una fundación?, <https://www.synergos.org/sites/default/files/media/documents/creando-una-fundacion-guia-practica.pdf>

Fundacionvistaparatodos : Fundación Vista Para Todos Ecuador | Cirugias laser en Quito Examen Visual | Espejuelos Lentes de Contacto |. (s. f.).  
<https://fundacionvistaparatodos.org.cutestat.com/>

Nosotros. (2017, 10 febrero). Fundacion Vista Para Todos.  
<https://vistaparatodos.wordpress.com/acerca-de/>

Scadmin. (2022). Nosotros - Fundación Vista Para Todos Ecuador | Cirugias laser en Quito Examen Visual | Espejuelos Lentes de. *Fundación Vista Para Todos Ecuador | Cirugias laser en Quito Examen Visual | Espejuelos Lentes de Contacto*. <https://fundacionvistaparatodos.com.ec/nosotros/>

Scadmin. (2023). Fundación Vista Para Todos Ecuador | Cirugias laser en Quito Examen Visual | Espejuelos Lentes de Contacto. *Fundación Vista Para Todos Ecuador | Cirugias laser en Quito Examen Visual | Espejuelos Lentes de Contacto*. <https://fundacionvistaparatodos.com.ec/>

Servicios. (2017, 10 febrero). Fundacion Vista Para Todos.  
<https://vistaparatodos.wordpress.com/servicios/>

Bogotalaser. (2012, 5 diciembre). *Enfermedades oculares más comunes en la población - Bogota Laser*. Bogota Laser. <https://www.bogotalaser.com/nota/enfermedades-oculares/>

ColSubcidio. (2022). ¿Cómo saber si soy beneficiario de algún subsidio del gobierno en 2022? *Saber más, ser más*. <https://www.sabermassermas.com/programas-y-subsidios-del-gobierno/>

Cruz, L. N. (2020). Una mirada a la salud visual en Colombia - Bienestar Colsanitas. [www.bienestarcolsanitas.com](http://www.bienestarcolsanitas.com).  
<https://www.bienestarcolsanitas.com/articulo/salud-visual-en-colombia.html>

Franja, G. (2020). Red Nacional de Discapacidad Visual. *Grupo franja*.  
<https://grupofranja.net/red-nacional-de-discapacidad-visual/>

*fundacion colombia para la discapacidad Visual | FOAL*. (s. f.).  
<https://www.foal.es/es/asociaciones/fundacion-colombia-para-la-discapacidad-visual>

Portafolio. (2014, 10 diciembre). *Apoyan a la población con discapacidad visual en Colombia*. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/apoyan-poblacion-discapacidad-visual-colombia-67126>

*Sistema de Subsidio Familiar de Colombia | Reducción de la desigualdad en los Estados miembros del FOCALAE*. (s. f.). <https://www.socialprotection-toolbox.org/es/inequality/practice/sistema-de-subsidio-familiar-de-colombia>

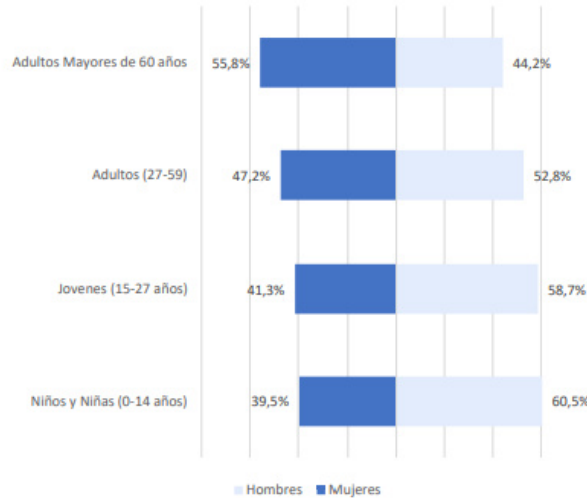
Treid, I. (2022, 5 noviembre). Importaciones de gafas de sol en Colombia, entre enero y julio de 2022. *Treid*. <https://www.treid.co/post/importaciones-de-gafas-de-sol-en-colombia-entre-enero-y-julio-de-2022>

OMS, "La OMS presenta el primer Informe mundial sobre la visión." <https://www.who.int/es/news/item/08-10-2019-who-launches-first-world-report-on-vision>.

OMS"Informe mundial sobre la visión - World Health Organization." <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/331423/9789240000346-spa.pdf>.

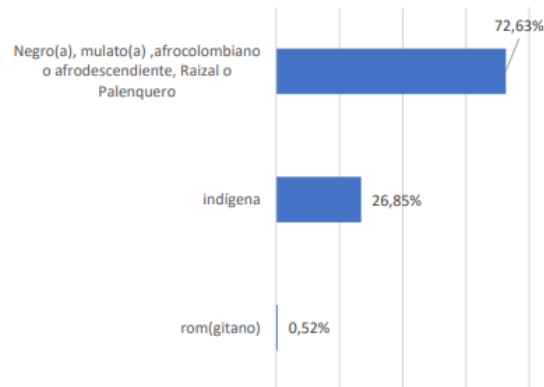
# Anexos

### Personas con discapacidad según Sexo y edad

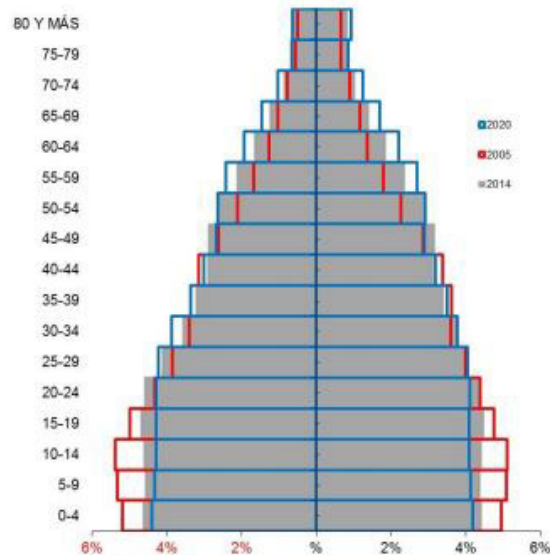


Fuente: MSPS. RLCPD, RUAJ. Agosto 2020

### Personas con discapacidad según Grupo Étnico



Fuente: MSPS. RLCPD, RUAJ Agosto 2020

**Gráfica 1. Pirámide poblacional, Colombia 2005, 2014 y 2020**


Fuente: DANE, Estimaciones de población 1985-2005 y proyecciones de población 2005-2020 nacional, departamental y municipal por sexo, grupos quinquenales de edad. Información a junio 30 de 2012.

Departamento	Año 2009 (%)	Año 2010 (%)	Año 2011 (%)	Año 2012 (%)	Año 2013 (%)	Año 2014 (%)
Antioquia	0,27	0,21	0,18	0,18	0,22	0,26
Atlántico	0,23	0,15	0,15	0,18	0,19	0,25
Bogotá, D.C.	0,73	0,55	0,62	0,66	0,56	0,66
Bolívar	0,23	0,14	0,17	0,19	0,16	0,21
Boyacá	0,20	0,17	0,20	0,25	0,54	0,54
Caldas	0,21	0,16	0,14	0,20	0,33	0,37
Caquetá	0,12	0,11	0,14	0,15	0,21	0,24
Cauca	0,05	0,10	0,14	0,24	0,22	0,18
Cesar	0,16	0,09	0,10	0,12	0,15	0,20
Córdoba	0,05	0,05	0,05	0,07	0,11	0,14
Cundinamarca	0,14	0,16	0,21	0,20	0,23	0,34
Chocó	0,07	0,03	0,04	0,05	0,06	0,08
Huila	0,21	0,15	0,12	0,16	0,27	0,42
La Guajira	0,05	0,05	0,06	0,11	0,13	0,16
Magdalena	0,11	0,07	0,05	0,08	0,11	0,13
Meta	0,09	0,15	0,23	0,24	0,28	0,33
Nariño	0,25	0,25	0,27	0,36	0,48	0,51
Norte de Santander	0,21	0,13	0,23	0,25	0,20	0,32
Quindío	0,31	0,18	0,10	0,12	0,21	0,29
Risaralda	0,23	0,27	0,25	0,27	0,25	0,34
Santander	0,50	0,28	0,31	0,35	0,28	0,46
Sucre	0,17	0,08	0,20	0,10	0,12	0,16
Tolima	0,20	0,19	0,17	0,23	0,23	0,26
Valle	0,13	0,11	0,11	0,12	0,20	0,19
Arauca	0,06	0,07	0,06	0,10	0,08	0,20
Casanare	0,11	0,04	0,06	0,09	0,08	0,13
Putumayo	0,03	0,09	0,16	0,16	0,20	0,29
San Andrés	0,00	0,01	0,01	0,01	0,03	0,02
Amazonas	0,05	0,01	0,14	0,03	0,09	0,22
Guainía	0,03	0,00	0,01	0,02	0,04	0,05
Guaviare	0,05	0,08	0,09	0,09	0,11	0,11
Vaupés	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,03
Vichada	0,00	0,01	0,01	0,03	0,04	0,03

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos dispuestos en el cubo de RIPS, del MSPS y ENDS 2010. Consultado en mayo de 2016.

**Tabla 9. Prevalencia de astigmatismo por departamentos. Colombia 2009-2014**

Departamento	Año 2009 (%)	Año 2010 (%)	Año 2011 (%)	Año 2012 (%)	Año 2013 (%)	Año 2014 (%)
Antioquia	1,42	1,56	1,13	1,12	0,83	1,04
Atlántico	0,56	0,29	0,25	0,15	0,26	0,41
Bogotá, D.C.	2,07	1,36	1,68	1,80	1,50	1,81
Bolívar	0,40	0,28	0,26	0,22	0,32	0,47
Boyacá	0,29	0,31	0,25	0,41	0,84	0,88
Caldas	0,47	0,32	0,23	0,33	0,52	0,59
Caquetá	0,07	0,10	0,17	0,23	0,28	0,29
Cauca	0,07	0,13	0,09	0,16	0,21	0,17
Cesar	0,18	0,12	0,08	0,11	0,15	0,26
Córdoba	0,06	0,04	0,06	0,06	0,11	0,18
Cundinamarca	0,40	0,29	0,49	0,53	0,69	0,83
Chocó	0,05	0,01	0,01	0,01	0,03	0,06
Huila	0,28	0,23	0,21	0,19	0,28	0,53
La Guajira	0,03	0,03	0,03	0,05	0,11	0,19
Magdalena	0,22	0,10	0,05	0,07	0,07	0,21
Meta	0,24	0,33	0,38	0,46	0,49	0,68
Nariño	0,24	0,20	0,32	0,50	0,67	0,81
Norte de Santander	0,24	0,10	0,26	0,23	0,21	0,38
Quindío	0,34	0,24	0,11	0,09	0,17	0,27
Risaralda	0,64	0,47	0,43	0,49	0,30	0,62
Santander	0,58	0,37	0,23	0,32	0,55	0,78
Sucre	0,05	0,06	0,07	0,05	0,05	0,30
Tolima	0,37	0,34	0,34	0,37	0,40	0,37
Valle	0,39	0,21	0,14	0,18	0,28	0,28
Arauca	0,08	0,14	0,13	0,18	0,16	0,45
Casanare	0,10	0,07	0,09	0,12	0,13	0,22
Putumayo	0,07	0,09	0,11	0,19	0,23	0,30
San Andrés	0,00	0,01	0,01	0,01	0,02	0,03
Amazonas	0,01	0,01	0,12	0,03	0,15	0,54
Guainía	0,03	0,03	0,03	0,11	0,03	0,11
Guaviare	0,20	0,15	0,12	0,07	0,07	0,15
Vaupés	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,04
Vichada	0,01	0,02	0,02	0,04	0,09	0,09

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos dispuestos en el cubo de RIPS, del MSPS y ENDS 2010. Consultado en mayo de 2016.

ALTERACIONES VISUALES		Código CIE 10
	Otras cataratas seniles	H258
	Catarata senil no especificada	H259
	Catarata no especificada	H269
<b>Glaucoma</b>	Glaucoma Primario de Angulo abierto	H401
	Glaucoma Primario de Angulo cerrado	H402
	Glaucoma secundario a traumatismo ocular	H403
	Glaucoma Secundario a inflamación ocular	H404
	Glaucoma secundario a otros trastornos del ojo	H405
	Glaucoma secundario a drogas	H406
	Otros glaucomas	H408
	Glaucoma, no especificado	H409
<b>Ceguera de Ambos ojos</b>	Disminución indeterminada de la agudeza visual en ambos ojos	H543
	Ceguera de ambos ojos	H540
<b>Retinopatía diabética</b>	Retinopatía diabética	H360
<b>Retinopatía hipertensiva</b>	Retinopatías del fondo y cambios vasculares retinianos	H350
<b>Retinopatía de la prematuridad</b>	Retinopatía de la prematuridad	H351
<b>Toxoplasmosis</b>	Inflamación coriorretiniana en enfermedades infecciosas y parasitarias clasificadas en otra parte	H320
	Otros trastornos coriorretinianos en enfermedades clasificadas en otra parte	H328

Fuente: Elaboración propia con base en los códigos CIE 10z

**Tabla 36. Tasa de cirugía de glaucoma por 1.000.000 hab por departamento en Colombia, 2014.**

Departamento	Total de cirugías	Tasa de cirugías para glaucoma x 1.000.000 hab
Antioquia	10.899	1.688,1
Atlántico	2.997	1.217,9
Bogotá, D.C.	8.508	1.079,9
Bolívar	1.888	900,3
Boyacá	908	711,4
Caldas	1.696	1.716,6
Caquetá	361	755,8
Cauca	1.271	921,6
Cesar	1.000	971,9
Córdoba	1.573	920,1
Cundinamarca	2.094	781,3
Chocó	200	399,9
Huila	637	551,6
La Guajira	260	271,5
Magdalena	352	279,4
Meta	523	544,0
Nariño	473	271,2
Norte de Santander	1.349	995,0
Quindío	655	1.158,7
Risaralda	751	788,9
Santander	4.250	2.062,0
Sucre	1.081	1.269,5
Tolima	861	611,4
Valle del Cauca	7.670	1.662,4
Arauca	65	247,8
Casanare	118	331,0
Putumayo	44	127,5
San Andrés	6	78,5
Amazonas	15	196,7
Guainía	9	217,0
Guaviare	18	433,9
Vaupés	12	108,0
Vichada	15	208,4
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>52.559</b>	<b>1090,4</b>

Fuente: Ministerio de Salud y Protección Social. SISPRO. Consultado en mayo de 2016.

## Población de Bogotá D.C. 2005-2035

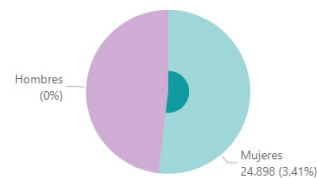
SaluData  
Observatorio de Bogotá  
Datos abiertos, gobierno transparente

**Población**  
24.898

**Hombres**  
(En blanco)

**Mujeres**  
24.898

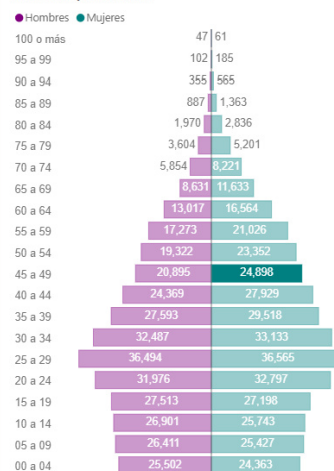
### Población según sexo



### Distribución poblacional según localidad



### Pirámide poblacional



Fuente: Secretaría Distrital de Salud. Observatorio de Salud de Bogotá-SaluData