



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE
FORMACIÓN ARTÍSTICA Y MUSICAL ESPECIALIZADA EN LA ENSEÑANZA-
APRENDIZAJE DE GÉNEROS URBANOS EN EL MUNICIPIO DE PASTO PARA
EL AÑO 2018 “EFAMP”

CARLOS ANDRÉS MORENO RODRÍGUEZ
JOSÉ LUIS CHAMORRO BENAVIDES

PROHIBIDA SU COPIA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JUAN DE PASTO
2018



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE
FORMACIÓN ARTÍSTICA Y MUSICAL ESPECIALIZADA EN LA ENSEÑANZA-
APRENDIZAJE DE GÉNEROS URBANOS EN EL MUNICIPIO DE PASTO PARA
EL AÑO 2018 “EFAMP”

CARLOS ANDRÉS MORENO RODRÍGUEZ
JOSÉ LUIS CHAMORRO BENAVIDES

Trabajo de Investigación para optar el título de Administrador de Empresas

Asesor
Mg. RIDER GIOVANNY BENAVIDES

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JUAN DE PASTO
2018



CONTENIDO

	pág.
PRESENTACIÓN DEL R.A.E.	10
INTRODUCCIÓN	14
1. TÍTULO	15
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	16
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
2.3 JUSTIFICACIÓN	17
3. OBJETIVOS	19
3.1 OBJETIVO GENERAL	19
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
4. MARCO REFERENCIAL	20
4.1 MARCO CONTEXTUAL	20
4.1.1 La música en Colombia	21
4.1.2 Origen de la Música Colombiana	21
4.1.3 La música en Nariño	21
4.1.4 La música popular y tradicional del municipio de San Juan de Pasto	22
4.1.5 La música urbana	22
4.2. MARCO TEÓRICO	23
4.2.1 ¿Qué es un plan de negocios?	23
4.2.1.1 Para qué sirve un plan de negocios	24
4.2.1.2 Cómo elaborar un plan de negocios por: Jack Fleitman	26
4.2.2 El modelo CANVAS	30
4.2.1.1 En qué consiste el modelo CANVAS	30
4.2.1.2 Ventajas y desventajas del modelo CANVAS	31
4.2.3 Cinco fuerzas de Porter	32
4.2.4 Guía para la organización y funcionamiento de escuelas de música en Colombia	34
4.2.5 Antecedentes de planeación estratégica	35
4.2.6 Estudio de mercado	35
4.2.6.1 Características principales del estudio de mercado	36
4.2.7 Estudio técnico administrativo	36
4.2.7.1 Componentes del estudio técnico	36
4.2.8 Evaluación Financiera	37
4.2.8.1 Tasa interna de retorno	38



4.2.8.2 Valor presente	38
4.3 MARCO CONCEPTUAL	39
4.4 MARCO LEGAL	40
4.4.1 Marco legal para la creación de instituciones educativas en Colombia	40
4.4.2 Constitución Política de Colombia	41
4.4.3 Pasos para registrar formalmente una actividad empresarial	42
5. DISEÑO DE ASPECTOS METODOLÓGICOS	48
5.1 LINEA DE INVESTIGACIÓN	48
5.2 ENFOQUE	48
5.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN	48
5.4 MÉTODO	49
5.5 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO INVESTIGATIVO	50
5.5.1 Determinación de la población	50
6. INFORME DE RESULTADOS	53
6.1 SISTEMATIZACIÓN Y TABULACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	53
6.2 ANÁLISIS DE ENCUESTAS	55
7. ESTUDIO DE MERCADOS	67
7.1 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	68
7.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	69
7.2.1 Análisis de resultados de demanda	69
7.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA	70
7.4 ANÁLISIS DE PRECIOS	73
7.5 COMERCIALIZACIÓN	74
7.5.1 Estrategias de mercado	74
8. ESTUDIO TÉCNICO	77
8.1 LOCALIZACIÓN	77
8.1.1 Macro localización	77
8.1.2 Micro localización	77
8.2 TAMAÑO DEL PROYECTO	79
8.2.1 Físico	79
8.2.1.1 Presupuesto labores de acondicionamiento acústico	79
8.2.1.2 Presupuesto para de dotación de equipos de audio y video	80
8.2.1.3 Presupuesto para dotación de instrumentos musicales	81
8.2.1.4 Presupuesto para dotación de muebles y enseres de la institución	82
8.3 INGENIERÍA DE PROCESO	83
8.3.1 Estudio de procesos	83
8.3.1.1 Procedimiento de selección de integrantes de la escuela de formación artística y musical en el municipio de Pasto	83
8.4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA FÍSICA	84



9. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	88
9.1 REQUISITOS PARA CONSOLIDARSE COMO EMPRESA EN MODALIDAD DE PERSONA NATURAL	89
9.2 PLATAFORMA ESTRATÉGICA	89
9.3 PROCESOS CLAVES	90
9.4 MANUAL DE FUNCIONES	92
10. ESTUDIO FINANCIERO	98
10.1 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN	99
10.2 INVERSIÓN INICIAL	99
10.3 GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN	104
10.4 GASTOS OPERACIONALES DE VENTA	108
10.5 INGRESOS	109
10.6 PUNTO DE EQUILIBRIO	109
10.7 FLUJO DE CAJA O FLUJO DE FONDOS	110
10.8 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	112
10.8.1 Valor Presente Neto o VPN	112
10.8.2 Análisis costo eficiencia	114
10.8.3 Relación Beneficio Costo (R)	114
11. ESTUDIO DE IMPACTO	115
11.1 ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL	115
11.1.1 Generación de empleo	115
11.1.2 Mejoramiento de la calidad de vida de la población	115
11.1.3 Aporte al desarrollo económico regional	115
11.1.4 Generación de procesos de capacitación	116
11.1.5 Garantizar los derechos de los trabajadores	116
11.1.6 Proceso de innovación	116
11.2 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	116
11.2.1 Compatibilidad con el POAT	116
11.2.2 Recursos naturales afectados	116
11.2.3 Comunidades vulnerables	117
11.2.4 Plan de manejo ambiental	117
12. CONCLUSIONES	118
13. RECOMENDACIONES	120
BIBLIOGRAFÍA	122
CIBERGRAFÍAS	123



LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Población Municipio de San Juan de Pasto	51
Tabla 2. Estructura de insonorización	80
Tabla 3. Presupuesto para de dotación de equipos de audio y video	80
Tabla 4. Presupuesto para dotación de instrumentos musicales	81
Tabla 5. Presupuesto para dotación de muebles y enseres de la institución.	82
Tabla 6. Inversión estudio técnico	82
Tabla 7. Diagrama de procesos	83
Tabla 8. Aula de instrumento principal Vientos (bronces y maderas)	84
Tabla 9. Aula de Aula de piano, guitarra y bajo	85
Tabla 10. Aula de Aula de percusión latina	85
Tabla 11. Aula de coro y ensamble instrumental	86
Tabla 12. Aula de audiovisuales para teoría y gramática música	87
Tabla 13. Maquinaria y equipos	100
Tabla 14. Muebles y enceres	100
Tabla 15. Equipos de oficina	101
Tabla 16. Implementos de oficina y papelería	101
Tabla 17. Otros	102
Tabla 18. Adecuaciones y arrendamiento	102
Tabla 19. Constitución de la Empresa	102
Tabla 20. Conceptos de funcionamiento	103
Tabla 21. Gastos generales	103
Tabla 22. Equipo de transporte	103
Tabla 23. Diferidos	103
Tabla 24. Inversión en capital de trabajo	103
Tabla 25. Inversión Pre operativa	103
Tabla 26. Factores prestacionales	104
Tabla 27. Sueldos, prestaciones y apropiaciones personales de planta año	105
Tabla 28. Sueldos, prestaciones y apropiaciones personales de planta proyectada	105
Tabla 29. Factor servicio	106
Tabla 30. Depreciaciones	106
Tabla 31. Gastos de comercialización	108
Tabla 32. Estudiantes por año	109
Tabla 33. Ingresos	109
Tabla 34. Consolidado de costos fijos y variables	109
Tabla 35. Punto de equilibrio	110
Tabla 36. Flujo de caja	111
Tabla 37. Estado de resultados proyectado	111
Tabla 38. Balance general proyectado	112
Tabla 39. Flujo Neto de Caja	113
Tabla 40. VPN 15% Tasa de Oportunidad	113
Tabla 41. Tasa Interna de Retorno TIR	113



Tabla 42. Relación Costo – Beneficio Rbc

PROHIBIDA SU COPIA



LISTA DE GRÁFICAS

	pág.
Gráfica 1. ¿Cuál de estas actividades le gustaría a su hijo practicar en su tiempo libre?	55
Gráfica 2. ¿Piensa usted que la música es importante para la formación integral de sus hijos?	56
Gráfica 3. ¿Siente que su(s) hijo(s) tiene(n) habilidades para la música?	57
Gráfica 4. ¿Qué géneros o estilos musicales son de su preferencia?	58
Gráfica 5. ¿Qué instrumentos musicales son de su interés de aprendizaje?	59
Gráfica 6. ¿Se encuentra usted en disponibilidad de adquirir un instrumento musical?	60
Gráfica 7. ¿Los costos de matrícula que estaría dispuesto a cancelar serían?	61
Gráfica 8. Prefiere pagar una educación musical para sus hijos	62
Gráfica 9. Si la formación es por niveles, le gustaría que el pago de pensión sea	63
Gráfica 10. ¿Le gustaría que sus (s) hijo(s) sea parte de una agrupación musical?	64
Gráfica 11. ¿Piensa usted que una escuela de música es parte indispensable para el desarrollo social y económico de la región?	65
Gráfica 12. ¿Piensa usted que aprender a interpretar un instrumento musical y diferentes géneros musicales puede llegar a ser una fuente de ingreso?	66
Gráfica 13. Tiempo libre	69
Gráfica 14. Valor de la matrícula	74



LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Modelo CANVAS	31
Figura 2. Estudio de mercado	68
Figura 3. Plan de Ordenamiento Territorial	78
Figura 4. Mapa de procesos	91
Figura 5. Mapa de procesos	92

PROHIBIDA SU COPIA



PRESENTACIÓN DEL R.A.E.

PROGRAMA ACÁDEMICO.

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, programa de Administración de empresas a distancia

FECHA DE ELABORACIÓN DEL R.A.E.

22 de septiembre de 2018

AUTORES.

CHAMORRO BENAVIDES, José Luis.
MORENO RODRIGUEZ, Carlos Andrés.

ASESOR.

Mg. RIDER GIOVANNY BENAVIDES

PALABRAS CLAVES.

Demanda: valor global del mercado que expresa las intenciones adquisitivas de los consumidores.

Estrategia: proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro.

Impacto: impresión o efecto intenso producido en una persona por una acción o suceso sirven para medir las repercusiones y beneficios.

Mercado: conjunto de actos de compra y venta asociados a un producto o servicio concreto en un momento del tiempo, sin que haya ninguna referencia de espacio.

Música: arte de combinar los sonidos en una secuencia temporal atendiendo a las leyes de la armonía, la melodía y el ritmo, o de producirlos con instrumentos musicales.

Oferta: conjunto de ofertas hechas en el mercado por los bienes y servicios a la venta.

Plan de Negocios: procedimiento para enunciar de forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados y en resumen la visión del empresario sobre el proyecto.



Planeación: acción de la elaboración de estrategias que permiten alcanzar una meta ya establecida.

DESCRIPCIÓN.

Trabajo de grado para optar el título de pregrado en Administración de empresas, en el cual se realiza un plan de negocios para la creación de una empresa o escuela musical especializada en la enseñanza aprendizaje de géneros urbanos, que permite brindar las herramientas y técnicas musicales necesarias para la educación y formación de los músicos de la ciudad de San Juan de Pasto. En el presente trabajo se elabora un estudio de mercado para determinar la necesidad y aceptación de una escuela de música en el municipio de Pasto; se propone un estudio técnico y administrativo para definir estructura organizacional, constitución legal, direccionamiento estratégico, procesos internos y de contratación, además se realiza un estudio y evaluación financiera con el propósito de determinar la viabilidad financiera del proyecto, y finalmente se identifican los posibles impactos sociales y ambientales del proyecto.

CONTENIDO.

Se propone un Plan de negocios para la creación de una empresa o escuela musical especializada en la enseñanza aprendizaje de géneros urbanos, que permite brindar las herramientas y técnicas musicales necesarias para la educación y formación de los músicos de la ciudad de San Juan de Pasto. El cual se considera como una forma eficaz de contribuir con el fortalecimiento de la identidad cultural, creando espacios con una estructura académica y administrativa altamente competente en el desarrollo de las músicas urbanas; los cuales estarán encaminados al crecimiento artístico y musical de los niños, jóvenes y músicos pastusos.

Mediante el desarrollo de este plan de negocios se puede detectar las oportunidades de mejoramiento económico a nivel personal y regional, creando en la sociedad pastusa una visión futurista que lleve a desarrollar nuevas fuentes de trabajo, nuevas oportunidades de ingreso, y fundamentalmente generar utilidad para los socios y personas que deseen invertir en el proyecto.

En este plan de negocios se expone unos procesos que permiten el desarrollo de unos objetivos específicos, tales como: un estudio de mercado para hacer un minucioso análisis de la oferta y la demanda, precios y comercialización de los servicios. Un estudio técnico con el objeto de analizar el tamaño del proyecto y presupuestos de inversión, además se realiza una ingeniería de procesos para determinar el buen uso de los recursos y técnicas de producción, se presenta de igual manera un estudio administrativo en donde se propone una plataforma estratégica y unos procesos claves. Posteriormente se plantea un estudio financiero que permite determinar la viabilidad del proyecto mediante algunas variables como la inversión inicial, los gastos operacionales, los ingresos, el punto de equilibrio, los



flujos de caja y la evaluación financiera. Finalmente se propone un estudio y análisis de los posibles impactos que arroja este proyecto.

Al culminar el trabajo se podrá identificar que el proyecto propuso un estudio técnico y administrativo de manera eficiente, un estudio financiero que determina que el proyecto es totalmente viable, rentable y genera ganancias tanto para socios, como para futuros inversionistas.

ASPECTOS METODOLOGICOS.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL: DESARROLLO Y GESTIÓN ADMINISTRATIVA

SUBLÍNEA: CREACION Y DESARROLLO EMPRESARIAL

TEMA: PLANES DE NEGOCIO

El trabajo se realizará de acuerdo con un enfoque cuantitativo, puesto que esta se puede medir conforme a una herramienta de recolección de datos como la encuesta, con la cual se va a determinar el total de la población que será objeto de estudio para este proyecto

El plan de negocios se estructura dentro de un tipo de investigación descriptiva y analítica.

CONCLUSIONES.

El estudio de mercado arroja datos de viabilidad y aceptación del proyecto en mención, permitiendo analizar la oferta y demanda, la competencia, características y formas de funcionamiento de empresas similares donde se puede observar puntos de, oportunidades que nos lleven a constituirnos como una empresa líder en la región.

Se propone un estudio técnico y administrativo de manera eficiente que permite definir los parámetros y conductos a ejecutar en su desarrollo y la constitución legal de la empresa, direccionando a desarrollar estrategias y procesos internos de control.

Se realizó un estudio financiero, el cual arroja datos los cuales nos permiten determinar que el proyecto es viable y se puede ejecutar.

Los impactos sociales y ambientales del proyecto se realizan con una objetividad rigurosa y determinando que generen efectos positivos, tanto en la población como en el medio ambiente.



RECOMENDACIONES.

Los criterios de evaluación económica y social permiten identificar que los principales beneficios cuantificables del proyecto se relacionan con el incentivo a la formación artístico musical de nuestros niños y jóvenes de la ciudad de San Juan de Pasto.

Se puede observar dentro de la investigación que en el municipio de Pasto no hay preferencias por escuelas de formación musical y así mismo que el mercadeo impulso y venta de estos servicios en el campo de formación es mínimo, por lo tanto, el servicio prestado por la empresa EFAMP inicialmente será especializado en estos aspectos pretendiendo cubrir falencias existentes en las empresas existentes de la ciudad.

Desde el punto de vista técnico, la empresa EFAMP contará con unos estándares de calidad en cuanto al talento humano, los procesos, la tecnología para la formación integral y contará con una adecuada prestación de nuestro servicio educativo.

La empresa tiene un potencial de aproximadamente un 48% de usuarios de la prestación de servicios educativos en la EFAMP. El reto es incrementar esa cifra con resultados óptimos, basado en los procesos que se lleva a cabo dentro de la empresa, el trabajo a futuro que se realice por el personal encargado de mercadeo y ventas. Además, uno de los objetivos es fidelizar los usuarios que hagan parte de la institución.

Uno de los pilares de la planeación estratégica se encuentra en la visión que se tiene de la empresa EFAMP que para el año 2021 debe ser reconocida en el sur occidente colombiano como una institución de formación musical de alto prestigio académico, que contribuye al desarrollo cultural y social de la región.

BIBLIOGRAFIA

ANSOFF, H. Igor. "Implanting Strategic Management". New Jersey: Prentice Hall, 1984, 13p.

BACA Urbina. Gabriel. Evaluación de Proyectos. México. D.F: 2010, 21p.

CORONEL Vásquez Ever. Propuesta de un plan de negocios para mejorar la producción de leche fresca y carne en la asociación de productores agropecuarios

MALDONADO. A. Formulación y Evaluación de Proyectos. Editorial. Universidad de Cuenca, 2017, 15p.

MOKATE, Karen Marie. Evaluación financiera de proyectos de investigación. Universidad de los Andes, Bogotá: BIBLIO. Clase, 2000. 31p.



INTRODUCCIÓN

La música se relaciona expresamente con la vida afectiva, propicia el desarrollo perceptivo y creativo de las personas, tanto hacia la música misma como otros campos formativos. La actividad musical como cualquier actividad artística actúa directamente sobre la inteligencia, la voluntad y sobre todo en la sensibilidad dando participación a casi todos los sentidos desde el ver, el tocar, y el saber escuchar.

Esta propuesta de investigación tiene como objeto proponer un plan de negocios para la creación de una empresa o escuela musical especializada en la enseñanza aprendizaje de géneros urbanos, que permita brindar las herramientas y técnicas musicales necesarias para la educación y formación de los músicos de la ciudad de San Juan de Pasto. Dentro de esta propuesta igualmente, se pretende definir y crear una estructura académica y curricular contextualizada, eficiente, efectiva y eficaz con unos estándares de calidad para así garantizar, tanto la formación de músicos e instrumentistas, como la rentabilidad de la organización. No sin antes realizar un estudio de mercado que permita determinar la necesidad, el impacto y su aceptación. Así mismo se deben diseñar unas estrategias para el posicionamiento y comercialización del proyecto empresarial y realizar un análisis del impacto social, ambiental y cultural que tendrá en el municipio.

Para que este proyecto sea factible, es necesario tener en cuenta algunos aspectos teóricos y algunos conceptos, que van a permitir su desarrollo y su viabilidad, tales como: el método CANVAS, las cinco fuerzas de Porter, las guías desarrolladas por el Ministerio de Cultura para la conformación de escuelas de música en Colombia, la planeación estratégica, los análisis de mercados etc. Todo esto enmarcado dentro del concepto del valor principal de un Plan de Negocios, es la creación de un proyecto que evalúa todos los aspectos de la factibilidad técnico-económica para la iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales.

La importancia de implementar esta propuesta de plan de negocios se fundamenta en el conocimiento amplio y objetivo de sus autores, en lo que refiere a la trayectoria musical, estudios universitarios en el campo de la música y en la situación local del mercado, en cuanto a las academias musicales; las cuales aportarán y permitirán alcanzar su crecimiento comercial y consolidación como una empresa competitiva y líder en la prestación de servicios de educación musical en el género urbano en el municipio de San Juan de Pasto.



1. TÍTULO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE FORMACIÓN ARTÍSTICA Y MUSICAL ESPECIALIZADA EN LA ENSEÑANZA- APRENDIZAJE DE GÉNEROS URBANOS EN EL MUNICIPIO DE PASTO PARA EL AÑO 2018 “EFAMP”.

PROHIBIDA SU COPIA



2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La ciudad de Pasto siempre se ha caracterizado por tener un alto índice de músicos interesados en la formación de intérpretes de los géneros urbanos, pese a ello esta región no cuenta con un centro educativo especializado y competente en estos formatos y géneros.

Sumado a lo anterior y a la falta de emprendimiento empresarial por parte de los músicos pastusos y la ausencia de un centro especializado como se mencionó anteriormente fácilmente pueden ser generadoras de consecuencias negativas, como la pérdida de talentos potenciales en niños y jóvenes que interpretan los géneros de música urbana.

Gracias a un estudio de campo del autor de esta propuesta se encontró que existe una baja perdurabilidad en el tiempo de las agrupaciones existentes y un bajo nivel cultural y musical en la regional el cual exige ser replanteado, con el objeto de fortalecer las competencias musicales de los músicos pastusos, quienes serán los encargados de presentar nuevas propuestas musicales, al mismo tiempo de preservar las tradiciones culturales más importantes dentro de la región, en especial en el municipio de Pasto.

Es importante anotar que la música se relaciona expresamente con la vida afectiva, propicia el desarrollo perceptivo y creativo de los educandos, tanto hacia la música misma como hacia otros campos formativos. La actividad musical se presenta en la convivencia placentera y respetuosa, es un medio artístico por excelencia para transmitir valores integradores, interpersonales, que inciden en el equilibrio y en el desarrollo armónico de la vida social. Por tanto, los procedimientos llevados a cabo en la futura escuela de aprendizaje permitirán que el estudiante desarrolle su capacidad analítica, reflexiva y crítica sobre su entorno, se enriquezca artística y espiritualmente y asuma una actitud que redunde a favor de su calidad de vida y aporte a la cultura y a la sociedad pastusa.

En las instituciones educativas existentes en el municipio de Pasto la formación artística musical se presenta como una asignatura, requisito para el cumplimiento de su actividad académica pero no hay un enfoque de formación adecuado para desarrollar y descubrir la vocación artística en estos jóvenes.

Por otra parte, en el municipio de Pasto no existen escuelas de formación musical que se especialicen en la educación musical por géneros urbanos, ni tampoco inculquen en los niños y jóvenes ese arraigo cultural, careciendo de estímulos y espacios que permitan desarrollar y explotar los talentos musicales, esto conlleva a que los artistas busquen otras alternativas o se desplacen a otras ciudades para formarse como músicos especializados en la música urbana.



Es por ello que surge la necesidad y viabilidad de realizar un plan de negocios que permita determinar la creación de una escuela para formación artística y musical especializada en la enseñanza- aprendizaje de géneros urbanos en el municipio de Pasto.

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo elaborar un plan de negocios que permita determinar la creación de una escuela para formación artística y musical especializada en la enseñanza - aprendizaje de géneros urbanos en el municipio de Pasto para el año 2018?

2.3 JUSTIFICACIÓN

La formación de agrupaciones musicales del género urbano representa una de las tradiciones culturales más importantes dentro de la región en especial en el municipio de Pasto. De igual manera la creación de un centro educativo especializado fortalece el arraigo cultural, social y representa un aporte como expresión de las comunidades, así como su perfil de espacio formativo para las nuevas generaciones. Por eso la importancia de crear y fortalecer de manera organizada una escuela de formación artística permitirá formar músicos competentes para las diferentes expresiones.

La participación de niños, jóvenes y músicos en las diferentes agrupaciones y géneros les permite no solamente canalizar sus intereses y energías hacia una actividad artística sino también, desarrollar su talento dentro de una actividad de crecimiento personal y profesional hacia las actividades culturales que se lleven a cabo dentro del municipio de Pasto.

Esta propuesta se considera una forma eficaz de contribuir con el fortalecimiento de una sociedad sana y con una identidad cultural, creando espacios con una estructura académica y administrativa altamente competente en el desarrollo de las músicas urbanas; los cuales estarán encaminados al crecimiento artístico y musical de los niños, jóvenes y músicos pastusos.

La escuela de formación artística especializada en la interpretación de géneros urbanos es de importancia en este municipio, porque mediante ella se espera fortalecer las agrupaciones existentes, motivar al emprendimiento empresarial en los músicos pastusos, generando nuevas fuentes de empleo y aportando económicamente al sector empresarial de la ciudad, a su vez esta permite aplicar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera como administradores de empresas.

Esta propuesta permite proyectar los semilleros de las próximas generaciones de músicos y artistas que van a hacer parte fundamental en el desarrollo y profesio-



nalismo artístico de la ciudad, además de crear, rescatar, fortalecer, y redefinir una cultura propia de nuestra región.

Mediante el desarrollo de un plan de negocios se puede detectar una oportunidad de mejoramiento económico a nivel personal y regional. Con la creación de una escuela de formación musical con las especificaciones presentadas en esta propuesta, se espera que los niños, jóvenes y músicos puedan descubrir sus talentos, desarrollarlos, fortalecerlos y dedicar su tiempo libre a potencializar todas sus habilidades, creando en ellos una visión futurista que los lleve a desarrollar una carrera profesional y económicamente sostenible.

PROHIBIDA SU COPIA



3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios para la creación de una escuela de música especializada en la formación de músicos y fortalecimiento de expresiones artísticas musicales de los géneros urbanos en el Municipio de Pasto.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Elaborar un estudio de mercado para determinar la necesidad y aceptación de una escuela de música en el municipio de Pasto.

Proponer un estudio técnico y administrativo para definir estructura organizacional, constitución legal, direccionamiento estratégico, procesos internos y de contratación.

Realizar un estudio y evaluación financiera con el propósito de determinar la viabilidad financiera del proyecto.

Identificar los posibles impactos sociales y ambientales del proyecto.



4. MARCO REFERENCIAL

4.1. MARCO CONTEXTUAL

El presente trabajo tendiente a la formulación de un plan de negocios para la creación de una escuela de música especializada en la formación de músicos, se desarrollará en el municipio de “San Juan de Pasto, capital del departamento de Nariño, ubicada en el centro oriente del mismo y al sur occidente de Colombia. Administrativamente divide en 12 comunas y 17 corregimientos, ocupando una superficie de 6.181 kilómetros cuadrados. Su cabecera municipal se ubica a una altitud de 2.527 metros sobre el nivel del mar”¹, fundada el 24 de junio de 1539 y la cual se ha caracterizado por ser un ser administrativo, cultural y religioso de la región desde la época colonial. Es la décimo séptima ciudad más poblada de Colombia.

El sector servicios hace referencia al desarrollo económico y productivo del municipio de Pasto, entre los que se desarrolla el sector educación y del cual se deriva la propuesta planteada en este proyecto. Cabe resaltar algunas escuelas de formación musical de relevancia y que han tenido impacto en la ciudadanía como son:

- Departamento de música de la Universidad de Nariño
Quien se encarga de formar profesionales de la música en las áreas de pedagogía musical, la interpretación, creación, investigación y producciones musicales, con una trayectoria en el departamento de Nariño de más de treinta años.
- Cursos de música UNIMAR
Es una escuela de formación que desde el 2012, ha desarrollado varios proyectos enfocados hacia la formación musical de la comunidad académica y en general de la región del sur occidente colombiano, dirigidos principalmente a niños, jóvenes y adultos en la capacitación, práctica e interpretación musical, músicas académicas, regionales, tradicionales, populares y comerciales.
- REFM Pasto
La Red de Escuelas de Formación Musical de Pasto, a partir del 2002 es un proyecto liderado por la alcaldía municipal a través de la secretaría de educación, los beneficiarios de este proyecto son niños, niñas y jóvenes entre los 8 y 16 años,

¹ ALCALDÍA DE SAN JUAN DE PASTO. Información General - Pasto - Nariño – Colombia. (20 de Agosto de 2018). Pasto. (en línea). Pasto.gov.co (consultada: 20 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.Pasto.gov.co/index.php/nuestro-municipio>



vinculados a las instituciones educativas del municipio y que pertenecen a familias de estratos sociales bajos, la cual se dedica a la formación bandística y sinfónica.

- **Amadeus Pasto**

Las Escuelas de Música de carácter privado, otorgó reconocimiento a la Escuela de Formación Musical AMADEUS del Instituto Champagnat de Pasto. Con una trayectoria quince (15) años, promoviendo el desarrollo musical y la enseñanza de la interpretación en una gran variedad de instrumentos musicales.

- **Toque del Maestro**

Educación para el trabajo y desarrollo humano, de naturaleza privada que ofrece capacitación en las áreas de audio y música comprometidos en la formación de niños, jóvenes y adultos de la región sur occidental de Colombia, para promover artistas creativos y sensibles frente a su realidad, con criterio para transformar la sociedad mediante las manifestaciones culturales, con una trayectoria de 8 años de servicio a la comunidad.

4.1.1 La música en Colombia. La música colombiana es una evidente muestra de la diversidad cultural del país, ella contiene numerosas manifestaciones que identifican claramente cada región del territorio, aunque es muy frecuente encontrar varios estilos musicales dentro de una sola región, debido principalmente a los diferentes factores que influenciaron la cultura.

4.1.2 Origen de la música colombiana. Para comprender el desarrollo musical de Colombia, es necesario tener en cuenta las condiciones sociales en las cuales se ha venido formando la nación a partir de tres culturas: La aborígen americana, la española y la africana.

4.1.3 La música en Nariño. Se puede afirmar que en la región montañosa del departamento de Nariño predomina la ascendencia amerindia frente a la europea y africana. Estas circunstancias hacen que la influencia de la cultura afro en las tradiciones de la región andina nariñense y particularmente en el municipio de San Juan de Pasto sea de poca importancia. Incluso dentro del marco del carnaval, la fiesta de negritos, la relevancia de las expresiones culturales afro es secundaria. Es cierto que en los últimos años la música de marimba ha tenido un reconocimiento mayor con relación a un pasado no tan lejano, sin embargo, es aún muy pronto para sacar conclusiones al respecto. Se dirá entonces que la música es aquella donde predomina la ascendencia indígena, con una clara influencia de la música europea, y en un menor porcentaje la música africana; de esta manera logrando una identidad propia y tomando el Son sureño como un ritmo autóctono y tradicional de todo el sur occidente del país.



4.1.4 La música popular y tradicional del municipio de San Juan de Pasto. El problema es mucho más complejo, por ello se hace necesario tomar como ejemplo la fiesta por excelencia de la ciudad: el ya mencionado Carnaval de Negros y Blancos. La programación oficial de los tablados (2018) cuenta con un total de 50 grupos repartidos en diferentes categorías: 19 orquestas (formato tropicalailable), 14 grupos de Rock (o música de los 60's), 6 grupos de música Andina, 6 grupos de música regionalailable y 5 variados (reggaetón, salsa urbana, etc.). La anterior clasificación es hecha casi exclusivamente desde el punto de vista organológico, es decir con relación al tipo de instrumental utilizado. Así, una orquesta como Medardo y sus Players, si bien tiene un instrumental originalmente utilizado en las orquestas de salsa, interpreta una música inspirada principalmente en el folklore de la región andina del Ecuador.

A lo anterior se puede añadir las murgas presentes en los desfiles, sin embargo, este tipo de agrupación no propone un evento puramente musical, sino que está ligado al recorrido del desfile correspondiente, donde raramente el auditor puede apreciar una pieza en su totalidad. Todo lo anterior sin contar con los eventos programados de manera independiente.

Según los anteriores datos, ¿Cuál es entonces “nuestra música”? La primera hipótesis, un tanto apresurada, sería decir que la tímidamente llamada música regionalailable es la que representa la región. Aunque su presencia aún sigue siendo débil frente a otro tipo de agrupaciones, específicamente las orquestas formato tropicalailable, cuyo repertorio se constituye en su mayoría del género de la salsa y el merengue, los cuales son géneros que junto a otras expresiones como el rock y la fusión con ritmos tradicionales como el son sureño, poco a poco han ido tomando fuerza como músicas populares y urbanas de nuestro municipio.

La música en el municipio de Pasto es muy variada que va desde lo tradicional hasta lo innovador, que se puede bailar y también cantar, la música en el suroccidente de Colombia tiene sus raíces en el son sureño, las creencias ancestrales y mitológicas que tienen su mayor audición en los carnavales de negros y blancos.

4.1.5 La música urbana. En el marco de este contexto de la música colombiana, se entiende por música urbana a todos los géneros musicales con los diferentes ritmos que se encuentran en la modernidad, los cuales tienen acogida en el público en general, lo que permite establecer a todas las clases de personas, sociedad y a las culturas. Dentro de estos géneros se encuentran ritmos como: la salsa, el merengue, la cumbia, el porro, la bachata y el vallenato, los cuales hacen parte de un formato de orquesta de música popularailable; adicional a esto se encuentran otros géneros como el rock el pop, el rap y otros como la música andina y el despecho, que a partir de la difusión de los medios de comunicación han llegado a ocupar un sitio importante en los gustos y preferencias de los melómanos y músicos colombianos.



4.2 MARCO TEÓRICO

Para la elaboración de un Plan de Negocios, se hace necesario fundamentarse en diferentes teorías y autores y los conceptos que reafirman lo que cualquier empresario necesita conocer en cuanto a mercadeo, planeación estratégica, recursos humanos, costos, finanzas, entorno interno y externo, entre otros; aspectos que le permiten tener una visión clara del proyecto basado en un negocio real.

4.2.1 ¿Qué es un plan de negocios? Autores como Rodrigo Varela, definen el Plan de Negocios como:

Un proceso de darle al negocio una identidad, una vida propia. Es un procedimiento para enunciar de forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados y en resumen la visión del empresario sobre el proyecto. Es un mecanismo de proyectar la empresa para un futuro, de prever dificultades y de identificar posibles soluciones a las coyunturas que pudiesen presentarse. La complejidad del Plan de Negocios es directamente proporcional a la complejidad del negocio e inversamente proporcional al conocimiento y experiencia que tenga el empresario sobre el negocio².

Otros conceptos que definen el Plan de Negocios son: “El valor principal de un Plan de Negocios será la creación de un proyecto escrito que evalúe todos los aspectos de la factibilidad económica de la iniciativa comercial con una descripción y análisis de las perspectivas empresariales”³.

“El Plan de Negocios es un paso esencial que debe tomar cualquier empresario prudente, independientemente de la magnitud del negocio”⁴. El plan define las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de esta. Es también una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento. Además, reduce la curva de aprendizaje, minimiza la incertidumbre y el riesgo del inicio o crecimiento de una empresa, también que facilita el análisis de la viabilidad, factibilidad técnica y económica de un proyecto.

² VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial: “Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Prentice Hall, Bogotá. 2001, p. 33.

³ MYOWNBUSINESS. Free Online Business Courses from MOBI. (15 de Octubre de 2017). Bogotá D.C, 2017, 1p. (en línea). myownbusiness.org (consultada: 20 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: www.myownbusiness.org/español.

⁴ DUQUE LAMIR, Viviana y GÓMEZ HERNÁNDEZ, Darío José. Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana. Pontificia Universidad Javeriana, 2008, 27p. (29 de Agosto de 2009). Bogotá D.C, (en línea). javeriana.edu.co (consultada: 20 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis136.pdf>



“El plan de negocios debe transmitir a los nuevos inversionistas, a los accionistas y a los financieros, los factores que harán de la empresa un éxito, la forma en la que recuperarán su inversión y en el caso de no lograr las expectativas de los socios, la fórmula será para terminar la sociedad y cerrar la empresa”⁵.

El plan de negocios debe justificar cualquier meta sobre el futuro que se fije. Ejemplo: si se pronostica un incremento en el tamaño del mercado y en la participación de la empresa en éste, se debe explicar y sustentar el razonamiento con información lógica y conveniente. Debe ser muy dinámico, por lo que debe de ser actualizado y renovado de acuerdo con las necesidades del momento. Asimismo, debe de proporcionar un panorama general del mercado y de los requerimientos de la nueva empresa, producto, servicio o, en su caso, de su crecimiento⁶.

4.2.1.1 Para qué sirve un plan de negocios. El plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa.

Desde el punto de vista interno, el plan de negocios sirve para:

- Conocer en detalle el entorno en el cual se desarrollarán las actividades de la empresa.
- Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Estar atentos a los cambios que pudieran representar una amenaza para la empresa y así anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.
- Dar a conocer cómo se organizarán los recursos de la empresa en función a los objetivos y la visión del empresario.
- Atraer a las personas que se requieran para el equipo empresarial y el equipo ejecutivo.
- Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo.
- Determinar las variables críticas de la empresa y aquellas que exigen un control permanente, como los puntos críticos en los procesos.

⁵ FLEITMAN, Jack. Como elaborar un plan de negocios. Comercio hispano. 2016, 1p. (29 de Agosto de 2009). Bogotá D.C, (en línea). unipamplona.edu.co (consultada: 20 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.3.pdf

⁶ Ibid., p. 1.



- Evaluar varios escenarios y hacer un análisis de sensibilidad en función a los factores de mayor variación, como podrían ser la demanda, el tipo de cambio, el precio de los insumos de mayor valor, entre otros.
- Establecer un plan estratégico para la empresa y planes de acción de corto y mediano plazo para cada una de sus áreas funcionales. En este sentido, busca asignar responsabilidades y coordinar soluciones ante posibles problemas.
- Tomar decisiones con información oportuna, confiable y veraz, y no sólo sobre la base de la intuición, lo que reduce el riesgo del negocio.
- Tener unos presupuestos maestros y presupuestos por áreas funcionales, que permitan evaluar el desarrollo de la empresa en términos económicos y prever los requerimientos de capital.
- Mostrar la capacidad empresarial del empresario.
- Mostrar los posibles resultados de la empresa, en función a simulaciones hechas para probar distintos escenarios y estrategias⁷.

Con cierta frecuencia se olvidan los aspectos de administración y control que tiene un plan. Cuando se inicia una empresa, el entusiasmo y optimismo nos llevan hacia el “*día a día*” y muchas veces dejamos de lado la revisión y control del plan desarrollado. Seguramente usted habrá invertido valioso tiempo y dinero en escribir un plan de negocios. Por lo tanto, úselo como una herramienta de gestión en su día a día y sin perder la visión del largo plazo.

En resumen, el plan de negocios sirve a nivel interno, como una guía para las operaciones de la empresa y como un punto de referencia para la evaluación del desempeño. De este modo, permite identificar tanto los puntos fuertes y débiles de la empresa posibilita evaluar su marcha y sus desviaciones sobre el escenario previsto, y a su vez, es una valiosa fuente de información para realizar presupuestos e informes⁸.

Por otro lado, la función financiera o externa del plan de negocios está orientada a:

- La búsqueda y consecución de los recursos del proyecto, especialmente los financieros.

⁷ VILLARÁN, K. W. (2009). Plan de negocios. Herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio, USAID Perú y Ministerio de la Producción, Perú, 2009, 14p.

⁸ CORONEL Vásquez Ever. Propuesta de un plan de negocios para mejorar la producción de leche fresca y carne en la asociación de productores agropecuarios “verde conchán”. Universidad Nacional de Cajamarca, 2013, 33p. (17 de Mayo de 2017). Bogotá D.C, (en línea). unipamplona.edu.co (consultada: 20 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica:

<http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/939/EVER%20CORONEL%20VASQUEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



- Informar a posibles inversionistas, sean entidades de crédito o cualquier otra persona natural o jurídica, acerca de la rentabilidad esperada y el periodo de retorno de la inversión.
- Buscar proveedores y clientes, con quienes establecer relaciones confiables y de largo plazo, que generen compromisos entre los interesados.
- Vender la idea a potenciales socios como accionistas, proveedores, clientes, sociedad en su conjunto.
- En general, la esencia de un plan de negocios es comunicar a todos los stakeholders (grupos de interés), que la empresa:
 - Dispone de un excelente producto o servicio con muchos clientes dispuestos a adquirirlos.
 - Cuenta con un excelente equipo empresarial y gerencial, con habilidades humanas, técnicas y administrativas destacadas.
 - Mantiene bien informados a sus clientes y proveedores, acerca de la forma de operación, los resultados esperados y las estrategias que permitirán alcanzar los objetivos establecidos y cumplir con la visión del empresario.⁹

4.2.1.2 Cómo elaborar un plan de negocios por: Jack Fleitman¹⁰. Contenido de un plan de negocios: para elaborar un plan de negocios pueden utilizarse diferentes formatos, ya que no existe un contenido universalmente aceptado para su elaboración.

Introducción

Esta debe mencionar a qué se dedica o dedicará la empresa y las características del plan de negocios.

Antecedentes de la empresa

- Antigüedad de la empresa.
- Acta constitutiva, reformas estatutarias y apoderados legales.
- Detalles de la historia, evolución y actividades sobresalientes.

Misión

La misión debe ser precisa, amplia, motivadora y convincente, ya que es la base para que todas las acciones del personal avancen hacia la misma dirección.

Objetivos

Deben mencionarse, en su conjunto, los objetivos generales a corto, mediano y largo plazos de la empresa, así como los objetivos específicos y las metas con relación a los siguientes conceptos:

⁹ WEINBERGEN VILLARÁN, Karen. Plan de negocios Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Perú: Usaid. Junio 2009. 34-35p

¹⁰FLEITMAN, Op. cit., p. 1.



- Ventas.
- Compras.
- Finanzas.
- Personal.
- Utilidades.
- Crecimiento.

Ubicación e instalaciones

Ubicación geográfica y beneficios estratégicos para la empresa.

Situación del mercado

- Análisis del mercado.
- Características del mercado.
- Composición del mercado (concentración geográfica, características de la población, niveles socioeconómicos).
- Diversificación del mercado con relación a ejercicios anteriores.
- Segmentación del mercado.
- Tendencias del mercado.

Productos y servicios

- Aceptación en el mercado de los productos y servicios de la empresa.
- Amplitud de la línea de productos.
- Comparación con la competencia en calidad, aspectos económicos penetración del mercado.
- Servicios que ofrece u ofrecerá la empresa.
- Ventajas competitivas sobre las existentes en el mercado.

Ventas

- ¿Cuál es la base de los clientes?
- ¿Quiénes son los clientes más importantes?
- ¿Qué tan leales son los clientes y cómo se puede afectar su lealtad?
- Método de venta.

Mercadotecnia

- Aceptación de la imagen del producto y de la marca.
- Estrategias para fortalecer la imagen y las ventas de la empresa.
- Campañas publicitarias.
- Situación de la distribución (costos por zonas y territorios, y costo de la red).

Competidores principales

- Análisis de la competencia (características principales).
- Canales y formas de distribución de productos y servicios.
- Fortalezas y debilidades con relación a la competencia.



- Posibilidades de crecimiento y oportunidades de negocios nuevos.
- Posible ingreso de competidores importantes en el mercado.
- ¿Quiénes son los competidores más importantes?

Directivos

- ¿Quiénes son y qué han logrado a la fecha?
- ¿Cuáles son sus motivaciones y aspiraciones?
- ¿Por qué son el personal adecuado? Compromisos financieros e inversiones que tiene con la empresa.
- Calidad del trabajo de grupo.
- Capacidad para desarrollar la empresa.
- Claridad y comprensión de la filosofía y la misión corporativa.

Personal de confianza

- Currículo de los ejecutivos de primer nivel y del personal clave.
- (Fortalezas y experiencia).
- Distribución de funciones y responsabilidades.
- El monto total de la nómina mensual y las prestaciones especiales por área proyectado a tres años.
- Estructura y antigüedad del personal (organigrama).
- Frecuencia de requerimiento de horas extras.
- Información sobre la plantilla de personal administrativo y operativo por área, mencionando características e ingresos.

Asesores externos

- Estos pueden ser: abogados laborales, mercantiles, civiles, fiscales, contador externo, asesores en informática, financieros y otros especialistas.

Compras

- Principales proveedores.

Inventarios

- Niveles óptimos de inventario.
- Valor de los inventarios

Operación y producción

- Instalaciones, equipo y maquinaria necesaria y disponible si aumenta la demanda.
- Capacidad para reaccionar en caso de aumento de la demanda.
- Estado actual de la maquinaria, cuándo necesitará reponerse y cuál será el costo.
- Frecuencia y costo del mantenimiento preventivo y correctivo de equipos.



Planes, programas y presupuestos

- Presupuesto anual total y por áreas.
- Programa de trabajo anual por áreas.

Contabilidad y finanzas

- Tablas comparativas de ingresos y egresos, costos y gastos, utilidades brutas y netas de los últimos tres años.
- Estructura de costos generales de la empresa y por la línea de negocios, áreas, clientes (sistema de costos).
- Indicadores y razones financieras (utilidad neta, retorno de capital, etcétera).
- Solicitud de créditos, en qué condiciones y con qué instituciones o personas.
- Activos (maquinaria, equipos de transporte, de cómputo, inmuebles, etcétera).
- Balance general y flujo de efectivo actual (junto con el comparativo de los últimos tres años).
- Estados financieros dictaminados de los últimos tres años.
- Estados financieros actualizados (tres meses de antigüedad como máximo).
- Estados financieros proyectados (3 a 5 años).

Sistemas de información

- Tipo de informes y contenidos

Tecnología

- Conocimiento y uso de nuevas tecnologías.
- Planes de adquisición de tecnología de punta.

Oportunidades de negocios nuevos

- Asociaciones estratégicas con otras empresas competidoras o complementarias.
- Creación de nuevas empresas complementarias.

Conclusiones

- Análisis general de la situación actual (factores políticos, sociales, económicos y legales que pueden influir en la estrategia del plan de negocios).
- Factibilidad de éxito del negocio.

Anexos

- Balances generales.
- Documentación oficial (licencias, permisos, concesiones, etcétera).
- Encuestas de mercado.
- Estados de pérdidas y ganancias.
- Presupuestos anuales.
- Pronóstico de ventas.
- Proyección del flujo de dinero.



- Proyecciones financieras.

El plan de negocios debe de incluir un resumen ejecutivo que permita entender el negocio en lo general. La redacción condensada de un plan de negocios no es fácil, pero puede ser la clave para la aceptación¹¹.

4.2.2 El modelo CANVAS. Este modelo trata de aprender muy rápido sobre el mercado, en un corto tiempo y con el mínimo coste. Con el objetivo de lograr un modelo que busque la agilidad y la reducción del tiempo en el desarrollo de iniciativas empresariales, con el objeto de generar productos y servicios que cumplan con las necesidades de los clientes y aporten un valor.

4.2.1.1 En qué consiste el modelo CANVAS. El método CANVAS contiene los siguientes elementos:

- **Segmento de clientes:** como consecuencia de que los clientes son la base principal de todo modelo de negocio, debemos de definir a que segmento nos vamos a dirigir. Esto es, debemos de conocer, sus gustos, preferencias y necesidades. O lo que es lo mismo conocer el mercado y oportunidades de nuestro negocio.
- **Propuesta de valor:** es lo que nos hace diferentes al resto. Este valor viene dado por la capacidad de nuestros productos a la hora de dar una respuesta a las necesidades del mercado y en la solución con los productos o servicios de nuestra empresa. En definitiva, diseñar la razón o el por qué los clientes nos comprarán.
- **Relación con el cliente:** una vez diseñados las dos partes anteriores, nos toca saber cómo relacionarlas. Y es aquí, donde cobra especial importancia los servicios de nuestro negocio. Un buen diseño de esta relacionases nos permitirá tener buena imagen y prestigio.
- **Canal de distribución, comunicación y de la estrategia publicitaria:** Una cuestión para tener en cuenta es la de cómo entregar la propuesta de valor a nuestro cliente, y a través de qué canales interactuar con ellos.
- **Ingresos:** son varios los aspectos a fijar en este apartado. Sin embargo, uno que se tiene poco en cuenta es definir el momento de su recibo. ¿Antes o después del pago a nuestros proveedores? En definitiva, debemos de hallar una estructura de ingresos sólida, que amortice nuestra propuesta de valor.
- **Actividades clave:** ¿Qué actividades vamos a desarrollar? Debemos de diseñar las actividades que darán valor a nuestra marca, y saber las estrategias necesarias para potenciarlas.

¹¹ FLEITMAN, Op. cit., pp. 5 - 16



- **Recursos clave:** ¿De qué recursos vamos a disponer? El uso de estos deberá de definirse en consonancia con los objetivos a corto o largo plazo.
- **Socios clave:** el otro aspecto del mercado en el que vamos a trabajar es los socios con los que nos vamos a aliar. Estos nos permitirán alcanzar el éxito potenciando nuestra propuesta de valor, dándonos mayor solidez y reforzando la eficacia de nuestro modelo de negocio.
- **Estructura de costes:** con el objetivo de aprovechar al máximo los beneficios, en el menor tiempo posible, y con unos costes mínimos. La fórmula radica en el máximo valor a los clientes al mínimo coste.

En otras palabras, el modelo Canvas consiste en definir algunos aspectos de un negocio a partir de nuestra propuesta de valor. Pues esta tiene que llegar a una serie de clientes específicos, gracias a una serie de canales. Del mismo modo el tiempo se debe relacionar nuestra propuesta con las actividades y recursos, los socios clave con los que se va a trabajar. Por último, con la misma importancia, también hay que tener en cuenta la estructura de valores y las líneas de ingresos del negocio¹².

4.2.1.2 Ventajas y desventajas del modelo CANVAS.

Ventajas:

- Simplicidad de interpretación. La distribución organizada de los 9 elementos permite dicha simplicidad.
- Enfoque integral y sistémico. La interpretación de todos los elementos hace más visible cualquier posible incoherencia.
- Cambios y repercusiones. El análisis de cada alternativa nos permite tantear la viabilidad de cambios.
- Cualquier tamaño, cualquier actividad. Es un modelo aplicable a todo tipo de negocio, con independencia de su objeto y de su cifra de negocio.
- Sinergia y trabajo en equipo. La simplicidad del método facilita la generación de ideas y distintos aportes de un grupo de personas que se reúna para desarrollarlo.
- Análisis estratégico en una hoja. Poderosa herramienta para el análisis estratégico: FODA, análisis del mercado, competidores, clientes, proveedores, estructuras y procesos¹³.

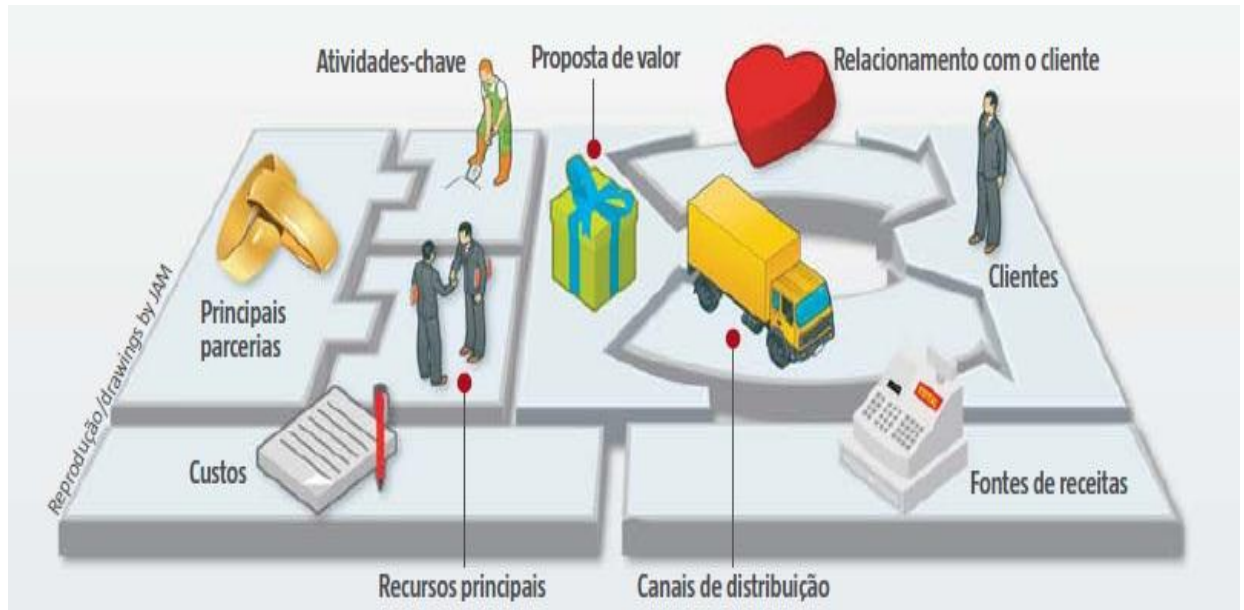
Desventajas: poco precisa, no sirve para operativa concreta.

¹² CIRUGEDA, Elena. ¿Qué es el modelo Canvas? 2015, 1p. (29 de Abril de 2015). Bogotá, D.C. (en línea). rankia.com (consultada: 14 de Marzo de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.rankia.com/blog/autonomos-y-emprendedores/2766918-que-modelo-canvas>

¹³ *Ibíd.*, p.2

- Se debe complementar con mapa de procesos detallados.
- Por ser tan novedosa puede hacernos creer que completando el lienzo ya tenemos el modelo resuelto¹⁴.

Figura 1. Modelo CANVAS



4.2.3 Cinco fuerzas de Porter. Las cinco fuerzas de Porter es un modelo que permite en cierta medida realizar un análisis del nivel de competencia de una empresa, dentro del sector al cual pertenece. Este análisis, creado por Michael Porter en el año 1979, permite desarrollar la estrategia de negocio.

El modelo de Porter asume que hay cinco fuerzas importantes que determinan el poder competitivo de la organización:

- **Poder de negociación del cliente:** El cliente tiene la potestad de elegir cualquier otro producto o servicio de la competencia. Esta situación se hace más visible si existen varios proveedores potenciales, ya que el cliente tiene más posibilidades para no elegirnos.

Los clientes, además, tienen la oportunidad de organizarse entre ellos para acordar qué precio máximo, el cual están dispuestos a pagar por un producto o servi-

¹⁴ ¿Cómo crear un modelo de negocio Canvas? (20 de Octubre de 2017). Bogotá, D.C. (en línea). rankia.com (consultada: 14 de Marzo de 2018). Disponible en la dirección electrónica <http://www.timpulsa.com/como-crear-un-modelo-de-negocio-canvas/>



cio, o incluso, exigir un valor agregado al producto en cualquier otra materia (calidad, plazos de entrega, etc.), lo que repercutirá en una reducción de nuestros beneficios.

- **Poder de negociación del proveedor:** Es obvio que se necesita de proveedores y que estos también tienen su poder de negociación, especialmente si el proveedor tiene unas características que se deben valorar. Tendrá menos impacto en proveedores que no tengan productos o servicios diferenciados ya que, en cualquier momento, se puede cambiar de proveedores sin correr demasiado riesgo

Dentro de esta fuerza se mide la capacidad del proveedor para variar precios, plazos de entrega, formas de pago o incluso cambiar el estándar de calidad. Cuanta menor base de proveedores se tenga, más poderosos serán éstos.

Algunos factores para tener en cuenta son: el volumen de compra, la existencia de otros proveedores potenciales, la situación del mercado, el nivel de organización de los proveedores, la importancia relativa del producto o lo que costaría cambiar de proveedor, entre otros.

- **Amenaza de nuevos competidores:** En este contexto, tomaremos como competidores a empresas con características o productos similares a los nuestros. Cuánto más fácil sea para nuestros nuevos competidores entrar en nuestro mercado, mayor será la amenaza que represente para nosotros.
- **Amenaza de productos sustitutos:** Al producto que es capaz de satisfacer la misma necesidad que otro, se le llama “sustituto”. La amenaza proviene de que el cliente puede alterar su decisión de compra, sobre todo cuando el nuevo producto es más barato u ofrece mayor calidad. Otros factores para tener en cuenta son: la disponibilidad de estos productos, la poca publicidad de los productos existentes, la lealtad de los clientes, el costo o la facilidad del cambio, etc.

La presencia de otros productos sustitutos influye de manera importante en el precio máximo que se puede cobrar por un producto, puesto que, si es mucho más elevado que el sustituto, los clientes pueden optar por cambiar de marca. Dado a estas circunstancias se debe estar siempre muy atentos a las novedades del sector y la influencia que dichas novedades pueden tener sobre la organización.

- **Rivalidad entre los competidores:** El quinto factor es, realmente, el resultado de los cuatro anteriores y es el que presta a la organización la información necesaria para el establecimiento de sus estrategias de posicionamiento en el mercado.

Cada competidor establece las estrategias con la que destacar sobre los demás y debemos estar atentos para superarlas o reaccionar ante ellas lo antes posible.



La rivalidad entre los competidores aumenta especialmente cuando el producto es perecedero, la demanda disminuye o no existe una clara diferenciación entre los productos¹⁵.

Como se puede observar todos los factores con clave en la influencia de la empresa y se debe registrar en una escala, la cual puede ser tan simple como un “+” si es positiva para nosotros, un “-” si es negativa o un “0” si es neutra. En caso de que sea muy positiva o muy negativa, se puede añadir un “+/-” para dar más fuerza a ese factor en concreto. Otro método sería puntuarlos del uno al diez, siendo el uno el factor con menos fuerza y el que nos servirá de referencia.

Con toda esta información se puede observar qué afecta a la organización y con cuánta fuerza. Tener toda la información disponible en su sólo diagrama, ayuda a detectar fácilmente qué cambios implementar, bien aumentando el poder de la empresa o bien reforzando la posición en algún área en la que se sea más débil¹⁶.

4.2.4 Guía para la organización y funcionamiento de escuelas de música en Colombia. A finales del año 2002, Colombia contaba con tan solo 365 municipios (de los 1098 de entonces) con procesos de educación musical, de los cuales solo 41 presentaban un buen nivel de institucionalización y continuidad en su labor. Después de estos 12 años de continuo trabajo entre el PNMC del Ministerio de Cultura, los departamentos, municipios, profesores, alumnos, padres de familia y la comunidad en general, se puede decir con certeza que el país ha dado un paso significativo en este sentido, y hoy cuenta, en 943 municipios, con escuelas legalmente creadas, de las cuales un alto porcentaje funcionan con continuidad.

El material presentado por parte del Ministerio de Cultura es una guía que propone establecer algunos lineamientos para orientar la organización y el funcionamiento adecuado de las escuelas de música. Por esto, el PNMC ha considerado importante que los responsables de cultura en los municipios, directivos de las escuelas, maestros/as de música, padres/madres de familia y estudiantes, se den a la tarea de construir ese proyecto de escuela y se coordinen en el establecimiento de rutas de trabajo, establezcan reglas básicas que mejoren la convivencia diaria y definan estrategias que permitan la proyección y sostenibilidad de la escuela.

¹⁵ ACTIVA. Las Cinco Fuerzas de Porter. La influencia del entorno en nuestra organización, 2018,1p. (12 de Enero de 2018). Bogotá, D.C. (en línea). <http://activaconocimiento.es> (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://activaconocimiento.es/las-cinco-fuerzas-de-porter/>

¹⁶ *Ibíd.*, p.2.



Esta guía nos ofrece unas pautas básicas para organizar las actividades programáticas y de operación de la escuela, sin que se conviertan en modelo rígido, ni en un listado a seguir en un orden determinado, sino en el punto de partida para que, según cada contexto y necesidad puedan adaptarse y construir su propio modelo de organización, desde la estructura de los planes estratégicos y organigramas hasta los manuales de operación y funcionamiento que requiere la escuela de música.

4.2.5 Antecedentes de planeación estratégica. Igor Ansoff¹⁷, teórico de la estrategia identifica la aparición del planteamiento estratégico en 1960 y lo asocia a cambios de los impulsos y capacidades estratégicas. Para otros autores, el planteamiento estratégico como sistema de gerencia, surge formalmente en los años setenta, como resultado natural de la evolución del concepto de planificación: Taylor¹⁸ manifiesta “que el papel esencial de *“managment”* exigía la planeación de las actividades que los trabajadores realizaban, el gerente pensaba el qué, cómo, cuándo ejecutar las tareas y el trabajador las ejecutaba”.

Esto originó un cambio estructural hacia lo multidivisional, es en esta época que la investigación y el desarrollo cobran mayor importancia; el lapso entre la inversión de un bien y su introducción al mercado y el ciclo de vida de los productos se acorta.

Según la corriente de los años setenta, “el planeamiento estratégico se constituye en un sistema gerencial que desplaza el énfasis de los objetivos a la estrategia, buscando concentrarse sólo en los objetivos factibles del negocio o área a competir, siempre en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno”¹⁹.

4.2.6. Estudio de mercado. Se puede definir el estudio de mercado como un conjunto de acciones que se realizan con el fin de conocer la respuesta del mercado ante un nuevo producto o servicio. Se analizan aspectos tan fundamentales como el precio de los productos o servicios o el modo de comunicación y distribución de estos, con el objeto de cumplir con las expectativas de los usuarios y consumidores, y a su vez tratar de marcar una diferencia frente a la competencia.²⁰

¹⁷ ANSOFF, H. Igor. “Implanting Strategic Management”. New Jersey: Prentice Hall, 1984, p.13p.

¹⁸ TAYLOR, W. Frederick. “Fundamentos De La Administración Científica”, Herrero. México. 1975

¹⁹ QUEVEDO VELAZCO, Luis Enrique. “Plan Estratégico” Tesis digital, disponible en la página de Internet <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Basic/quevedo:zl/capq.PDF>

²⁰ EMPRENDE PYME. ¿Qué es un estudio de mercado? (02 de Febrero de 2018). Bogo-



4.2.6.1 Características principales del estudio de mercado

- Es un documento que comprueba la existencia de una necesidad en el mercado y qué productos existen actualmente satisfaciéndola y de qué modo.
- Proporciona los productos o servicios que actualmente existen en el mercado y que satisfacen esa necesidad insatisfecha.
- Realiza una estimación de la cantidad de productos que el mercado está demandando más.
- Determinación de los principales canales de distribución y comercialización de los productos, a través de los cuales llegaremos de mejor manera al consumidor final. Por ejemplo, actualmente, uno de los principales canales de comercialización será Internet.
- Detectar el riesgo que corremos en caso de que nuestro producto no se venda y no sea demandado por los usuarios.
- Conocer al detalle información sobre nuestra competencia directa, así como de los bienes y servicios que ofrecen. Este análisis de la competencia nos ayudará a saber más acerca de las empresas que compiten en el mismo mercado que nuestro negocio.
- Analizar los precios de los productos complementarios y sustitutos²¹.

4.2.7 Estudio técnico administrativo. Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita²².

4.2.7.1 Componentes del estudio técnico. A continuación, se da una descripción breve de los componentes del estudio técnico mencionados por Baca:

- **Localización del proyecto:** la localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos Identificación y descripción del proceso Determinación de la organi-

tá, D.C. (en línea). emprendepyme.net (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>

²¹ Ibíd., p. 3.

²² ROSALES, Ramón. Formulación y Evaluación de Proyectos. UNED, 2005. capítulo 8. p. 24.



zación humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios).

- **Determinación del tamaño óptimo de la planta:** se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.
- **Ingeniería del proyecto:** su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. En síntesis, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.
- **Organización de la organización humana y jurídica:** una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa. Además, la empresa, en caso de no estar constituida legalmente, deberá conformarse de acuerdo con el interés de los socios, respetando el marco legal vigente en sus diferentes índoles: fiscal, sanitario, civil, ambiental, social, laboral y municipal²³.

4.2.8 Evaluación Financiera. La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en cuenta el costo de oportunidad de los fondos.

Por otro lado, también se debe determinar la estructura y condición de financiamiento, y a su vez la afectación del proyecto hacia las finanzas de la entidad, ya que esto determinará si la misma es sujeto de crédito ante la posible necesidad de financiamiento.

²³ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. México. D.F: 2010, p. 21.



En general se puede decir que la evaluación financiera es el estudio que se hace de la información, que proporciona la contabilidad y toda la demás información disponible para tratar de determinar la situación financiera o sector específico de ésta²⁴.

4.2.8.1 Tasa interna de retorno. La Tasa Interna de Retorno (TIR), tiene como objetivo centrarse en la tasa de rendimiento de un proyecto. Cuando ambos aspectos entran en conflicto, la empresa debe maximizar su valor, y no su tasa de rendimiento.

La Tasa Interna de Retorno de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos.

La TIR tiene ventajas y desventajas las cuales son:

Ventajas:

- Toma en cuenta todos los flujos y su distribución en el tiempo.
- Sí pondera intrínsecamente la importancia de la inversión inicial.
- Si el TIR es mayor que K (Cálculo del costo de capital), se garantiza cubrir la inversión, el costo financiero y generar un excelente que incrementa la riqueza de la empresa.

Desventajas:

- No maximiza la ganancia, que es el objetivo de la empresa.
- No conduce a decisiones óptimas ante proyectos con vidas económicamente desiguales, por lo que no se recomienda usarlo.
- Es posible que se presenten varios TIR en un solo proyecto.

4.2.8.2 Valor presente. Valor presente es también conocido como Valor Actual Neto (VAN) este es uno de los métodos financieros que tiene como objetivo tomar en cuenta los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que éste utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa (K), por debajo del cual los proyectos de inversión no deben ser ejecutados²⁵.

²⁴ MALDONADO, A. Formulación y Evaluación de Proyectos. Editorial. Universidad de Cuenca, 2017, 15p.

²⁵ MARCO TEÓRICO. Evaluación Financiera, 2017, 1p. (02 de Febrero de 2018). Bogotá, D.C. (en línea). Marco teórico (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.marcoteorico.com/curso/115/desarrollo-de-emprendedores/943/evaluacion-financiera>



4.3 MARCO CONCEPTUAL

En este punto se dan a conocer parte de los conceptos utilizados durante el desarrollo del Plan de Negocios, los cuales dan objetividad, y al mismo tiempo claridad sobre algunos términos que pueden presentar dudas a las personas que dan lectura a este trabajo.

Música: es el arte que consiste en dotar a los sonidos y los silencios de una cierta organización. El resultado de este orden debe ser lógico, coherente, agradable al oído y al cuerpo humano.

Música urbana: todas las expresiones musicales populares que han sido acogidas por la sociedad y se han difundido a través de los medios de comunicación masiva.

Arte: Actividad sensorial en la que el hombre recrea, con una finalidad estética, un aspecto de la realidad o un sentimiento en formas bellas valiéndose de la materia, la imagen o el sonido.

Cultura: proviene del latín cultus, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre.

Empresa: entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios de los cuales se pretende obtener una rentabilidad.

Escuela: término escuela deriva del latín *schola* y se refiere al espacio al que los seres humanos asisten para aprender un cierto arte u oficio.

Negocio: ocupación, actividad o trabajo que se realiza para obtener un beneficio, representado en dinero, realizando operaciones comerciales, comprando y vendiendo mercancías o servicios.

Mercado: conjunto de actividades relacionadas con la compra y venta de mercancías, bienes y servicios.

Mercadeo: conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía, un bien o un servicio del productor al consumidor.

Estrategia: es el conjunto de acciones y métodos muy meditados, encaminados hacia un fin determinado o un propósito.

Plan: programa o pasos en los que se detalla el modo y conjunto de medios necesarios para llevar a cabo una idea.



Método: modo ordenado y sistemático de proceder para llegar a un resultado o fin determinado.

Metodología: conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.

Competencia: es una aptitud que posee una persona; es decir, las capacidades, habilidades y destreza con las que cuenta para realizar una actividad determinada o para tratar un tema específico de la mejor manera posible.

Proyecto: se refiere a un esquema, programa o plan que se hace antes de dar forma definitiva a algo o alguna cosa. Un proyecto es una intervención deliberada y planificada por parte de una persona o ente que desea generar cambios favorables en una situación determinada.

Documento: un documento es la prueba o testimonio material de un hecho o acto que una persona física o jurídica, una institución, asociación, etc., que puede ser de carácter público o privado, realizan como consecuencia del ejercicio de sus actividades.

Objetivo: un objetivo es el fin último al que se dirige una acción u operación. Es el resultado o sumatoria de una serie de metas y procesos.

Proceso: “La sucesión de actos o acciones realizados con cierto orden, que se dirigen a un punto o finalidad, así como también al conjunto de fenómenos activos y organizados en el tiempo”²⁶.

4.4 MARCO LEGAL

4.4.1 Marco legal para la creación de instituciones educativas en Colombia.

La creación de un nuevo establecimiento educativo privado exige el cumplimiento de unas condiciones mínimas, que son requisito para que la secretaría de educación autorice su apertura y operación, mediante la expedición de una Licencia de Funcionamiento. Este requisito es un acto administrativo de reconocimiento oficial por medio del cual la Secretaría de Educación autoriza la apertura y operación en su entidad territorial.

²⁶ CONCEPTO DE: Definición de competencia. (02 de Febrero de 2018). Bogotá, D.C. (en línea). Concepto de (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://concepto.de/que-es-competencia/#ixzz56SezTApw>



La licencia de funcionamiento es el permiso estatal otorgado al particular para que una de sus funciones, como es la prestación del servicio público educativo, pueda ser cumplida por éste, sin detrimento de las finalidades del servicio, de la formación integral de los educandos y de la equidad, eficiencia y calidad de la educación. Este permiso significa que el Estado, como garante de la comunidad, da certeza de que el particular asume el compromiso de participar en la prestación del servicio público educativo y ofrece las garantías y condiciones esenciales de pedagogía, administración, financiación, infraestructura y dotación requeridos para desarrollar procesos educativos eficientes y de calidad.

Para reglamentar la expedición de licencias de funcionamiento, el Ministerio de Educación Nacional emitió el Decreto 3433 de septiembre 12 de 2008 que establece tres modalidades de la licencia:

- Definitiva, cuando quien va a abrir el colegio ha presentado todos los requisitos exigidos. Se expide por tiempo indefinido.
- Condicional, cuando el interesado ha presentado todos los requisitos excepto el concepto sanitario o el permiso de ocupación. Se expide por cuatro años, y se prorroga por periodos de un año, a solicitud del particular, si éste demuestra haber hecho las gestiones para obtenerlas
- Provisional: esta licencia no permite operar, pero es un aval al proyecto educativo, cuando el particular todavía no tiene licencia de construcción. Una vez obtenida, puede iniciar las gestiones de licencia, compra, adecuación o arriendo de la edificación en que funcionará.

4.4.2. Constitución Política de Colombia. Artículos:

- Artículo 27. El Estado garantiza las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra.
- Artículo 67. La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente. El Estado, la sociedad y la familia son responsables de la educación, que será obligatoria entre los cinco y los quince años de edad y que comprenderá como mínimo, un año de preescolar y nueve de educación básica. La educación será gratuita en las instituciones del Estado, sin perjuicio del cobro de derechos académicos a quienes puedan sufragarlos. Corresponde al Estado regular y ejercer la suprema inspección y vigilancia de la educación con el fin de velar por su calidad, por el cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos; garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a



los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo. La Nación y las entidades territoriales participarán en la dirección, financiación y administración de los servicios educativos estatales, en los términos que señalen la Constitución y la ley.

- Artículo 68. Los particulares podrán fundar establecimientos educativos. La ley establecerá las condiciones para su creación y gestión. La comunidad educativa participará en la dirección de las instituciones de educación. La enseñanza estará a cargo de personas de reconocida idoneidad ética y pedagógica. La Ley garantiza la profesionalización y dignificación de la actividad docente. Los padres de familia tendrán derecho de escoger el tipo de educación para sus hijos menores. En los establecimientos del Estado ninguna persona podrá ser obligada a recibir educación religiosa. Las integrantes de los grupos étnicos tendrán derecho a una formación que respete y desarrolle su identidad cultural. La erradicación del analfabetismo y la educación de personas con limitaciones físicas o mentales, o con capacidades excepcionales, son obligaciones especiales del Estado.
- Artículo 70. El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional. La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación.
- Artículo 71. La búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura. El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades²⁷.

4.4.3 Pasos para registrar formalmente una actividad empresarial. A continuación, se describirán paso a paso los trámites correspondientes para formalizar la empresa legalmente ante Cámara y Comercio.

²⁷ COLOMBIA. Congreso de la República. Constitución Política. (02 de Febrero de 2018). Bogotá, D.C. (en línea). [constitucioncolombia.com](http://www.constitucioncolombia.com) (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.constitucioncolombia.com/>(19.10.2017,2:45pm)



Consulta del tipo de empresa:

- **Persona Natural:** aquí no existen opciones de empresa; de hecho, para un emprendedor es razonable estar en esta clasificación.

- **Persona Jurídica:** existen diversas formas de constitución de empresas. Entre ellas, mencionamos algunas:

En nuestro caso como emprendedores, para constituirmos como empresa sería como persona natural por los beneficios que esto lleva consigo, en cuanto que se está asumiendo a título personal todas las obligaciones de la empresa, esto implica las responsabilidades y garantizas con todo el patrimonio (los bienes, las deudas u obligaciones que pueda contraer la escuela de música). Además, la constitución de la empresa se hará de manera sencilla y rápida, no requiere mucha inversión y no hay necesidad de hacer mayores pagos legales; adicionalmente no exige llevar ni presentar demasiados documentos contables.

Sociedad limitada: Constitución por escritura pública; mínimo 2 socios y máximo 25; el capital se divide en cuotas de igual valor; la sociedad gira bajo una denominación o razón social seguida de la palabra “Limitada” o la abreviatura “Ltda.”. Artículos 353, 354, 356, 357, 358 y 368 del Código de Comercio.

Empresa Unipersonal: Constitución por Escritura Pública ante Notario; el Capital se debe al mismo y único socio responder por sus Activos; seguido de su denominación o Razón Social aparecen las palabras “Empresa Unipersonal” o las letras “EU”. El artículo 71 del Código de Comercio contiene la reglamentación pertinente para este tipo de empresas, así como la Ley 222 de 1995.

Sociedad Anónima: Constitución por Escritura Pública. Mínimo cinco (5) accionistas, sin exigirse un máximo; los Accionistas son responsables hasta el monto de sus aportes; su Capital Social se divide en acciones de igual valor; las acciones son Negociables; a la denominación social le siguen las palabras “Sociedad Anónima” o las letras “S.A.”. Artículos 373, 374, 375, 376 y 403 del Código de Comercio.

Consulta de nombre: Verificar en la Cámara de Comercio de su jurisdicción que no exista Nombre o Razón Social igual o similar al Establecimiento de Comercio que se quiere registrar (Personas Naturales y Sociedades Comerciales). Con lo anterior se conserva el principio de homonimia, “un solo establecimiento con un solo nombre”.

Obtención del Certificado de Existencia y Representación Legal: El Certificado de Existencia y Representación Legal se requiere para las Sociedades Comerciales, mientras que para las Personas Naturales se requiere el Registro de Matrícula Mercantil.



Uso de suelos: Permite conocer en tiempo real los usos admitidos o no para el ejercicio de una actividad económica determinada en una dirección específica de la ciudad de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) y la reglamentación existente de acuerdo con la jurisdicción que corresponda.

Mientras opere el establecimiento, este debe cumplir con los requisitos para su ubicación definidos en la normativa que los regula y de las entidades competentes en materias tales como: la racional mezcla de usos, respeto y manejo del espacio público, parqueaderos, control de impactos ambientales, intensidad y conflictos funcionales, horarios, condiciones locativas, etc.

Trámite ante la DIAN: Realizar inscripción en el Registro Nacional de Vendedores (si lo requiere) y asignación del Número de Identificación Tributario (NIT), Registro Único Tributario (RUT), que es la base de datos que lleva la Administración Tributaria a escala nacional de los contribuyentes, la cual comprende la información básica de los mismos con fines estadísticos y de control. Con el RUT a cada contribuyente se le asigna un NIT.

El Número de Identificación Tributaria (NIT) es la expresión numérica eminentemente tributaria o fiscal que identifica ante Impuestos Nacionales, así como ante otras entidades públicas y privadas, a los contribuyentes y declarantes.

Registro de Libros Contables ante Cámara de Comercio: De acuerdo con la ley, los comerciantes y empresarios deben registrar sus libros contables en la Cámara de Comercio de su jurisdicción. Su destino es suministrar un fundamento razonable a la fidelidad de los asientos o de su contenido.

El proceso de registro de los Libros en la Cámara de Comercio lo pueden realizar los comerciantes y empresarios en el momento de la matrícula. Para ello, solo basta con diligenciar un formulario y efectuar el pago respectivo. Puede llevarlos físicamente marcados con la solicitud correspondiente o adquirirlos en cualquiera de las taquillas del Centro de Atención Empresarial de la Cámara de Comercio.

Los libros más usuales son:

- Diario
- Libro Mayor y Balances.
- Inventarios.
- Libro de Actas.
- Registro de Socios.
- Registro de Asambleas y de Juntas.

Afiliación de Empleados a EPS, AFP y ARP: Es un deber de todo empresario o empleador afiliar a sus trabajadores a una Entidad Promotora de Salud (EPS), a una Administradora de Fondos de Pensiones (AFP) y a una Administradora de



Riesgos Profesionales (ARP). Por otra parte, es un derecho del empleado escoger la EPS de su agrado o conveniencia, al igual que puede seleccionar el Fondo de Pensiones que crea le genera mayor rentabilidad o sea de su agrado también.

En lo que respecta a la Administradora de Riesgos Profesionales (ARP), el empleador o empresario la selecciona por el respaldo o garantía que esta le brinde con respecto a la conformación de los comités de salud ocupacional o de paridad. Por el servicio de educación musical que presta nuestra empresa, la mayoría de las contrataciones se realizarán por OPS. La cual tiene unas características específicas como:

- La naturaleza del contrato es civil y no laboral.
- La prestación del servicio se refiere a la ejecución de labores basadas en la experiencia, capacitación y formación profesional de una persona en determinada materia.
- La vigencia del contrato debe ser por un lapso determinado. Es decir, el tiempo necesario para ejecutar el objeto contractual.
- No se reconocen derechos derivados de la relación laboral debido a que este no es un contrato de carácter laboral (pago de prima, cesantías, vacaciones, liquidación, etc.).
- La afiliación al Sistema General de Seguridad Social se debe realizar como trabajador independiente, asumiendo el contratista la totalidad de las cotizaciones al sistema.
- No existe subordinación y, por lo tanto, obligación alguna de cumplir horario.
- El contratista no se encuentra subordinado al contratante, sólo debe responder por el cumplimiento de los términos del contrato y la contraprestación que va a recibir por sus servicios se denomina honorarios.
- El contrato por prestación de servicios se termina por: mutuo acuerdo, el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato, culminación del servicio contratado o expiración del término pactado.
- Los trabajadores independientes como lo son aquellos que están vinculados por prestación de servicios, no se encuentran obligados a realizar aportes parafiscales, pues aquella es una obligación propia de las empresas o personas naturales que son empleadores.

Finalmente, la ley no exige ningún tipo de formalidad especial para este contrato, pero si es muy aconsejable que su celebración siempre se dé por escrito_a fin de dejar constancia de todos y cada uno de los acuerdos a los que las partes llegaron y que dieron como fin la suscripción de dicho documento²⁸.

²⁸ SOPORTE JURÍDICO. Lo que debes saber del Contrato de Prestación de Servicios. (02 de febrero de 2018). Bogotá, D.C. (en línea). Soporte jurídico (consultada: 14 de Agosto



Inscripción de la empresa a una Caja de Compensación Familiar, al ICBF y al Sena: Estas tres entidades conforman las denominadas Cargas Parafiscales, las cuales son un aporte del empleador o empresario sobre el valor pagado de la nómina, sin incluir el subsidio de transporte. Se paga el 9%, el cual es distribuido de la siguiente manera:

- Servicio Nacional de Aprendizaje –Sena: 2%
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar –ICBF: 3%
- Caja de Compensación Familiar –CCF: 4%

El pago de los aportes parafiscales es requisito para la deducción de salarios en la declaración de renta. A partir de la promulgación de la Ley 590 de julio 10 de 2000 (Ley Mipyme) a través del artículo 43 se estimula a las micro, pequeñas y medianas empresas con una reducción del 75% para el primer año, del 50% para el segundo año y del 25% para el tercer año, en el pago de estos aportes.

Otros documentos

Licencias Ambientales: Son autorizaciones otorgadas por la autoridad ambiental pertinente en cada jurisdicción y debe ser solicitada por aquellos empresarios que ejercen actividades que producen grave deterioro a los recursos naturales renovables o al medio ambiente o introducen modificaciones considerables al paisaje. Entre estas licencias están: Permiso de Vertimientos, Permiso de Concesión de Aguas Subterráneas, Solicitud de Certificado de Cumplimiento, Licencia Ambiental, Registro de Avisos, Registro de Vallas y Murales.

Visita del Cuerpo Oficial de Bomberos: Antes del Decreto 2150 de 1995 (suspensión de trámites), existía la licencia de funcionamiento en la cual era obligatorio obtener el permiso de los bomberos. A partir de enero de 1996, algunas empresas lo solicitan a petición de las compañías de seguros; otras lo hacen por seguridad, previniendo futuros desastres. Los bomberos recomiendan: Clase de extintores, número requerido en el local o planta, sistemas eléctricos, manejo de combustibles, entre otras normas de seguridad industrial e integral. Las solicitudes más frecuentes son de Revisión de Seguridad para Espectáculos Públicos y para Revisión Técnica de Seguridad del Establecimiento.

Matrícula Sanitaria ante Secretaría de Salud: Esta matrícula sanitaria, o permiso sanitario, la deben tener todos los establecimientos que manipulen o preparen alimentos de consumo humano o animal y la deben tramitar ante la respectiva Se-

de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://soportejuridico.com/blog/lo-que-debes-saber-del-contrato-de-prestacion-de-servicios>



cretaría de Salud de la Alcaldía. Lo más exigido en este tema son las Licencias de Transporte de Alimentos y los Cursos de Manipulación de Alimentos, según los casos.

Derechos de Autor, Sayco y Acinpro: “Este derecho lo tienen que pagar todos los establecimientos cuya actividad comercial necesita de la música para disfrute de sus clientes, como, por ejemplo: Teatro”²⁹.

²⁹ EN COLOMBIA. Guía para el Trámite de Creación y Formalización de Una Empresa. (21 de Octubre de 2017). Bogotá, D.C. (en línea). encolombia.com (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <https://encolombia.com/economia/economicolombiana/emprendimiento/guiaparaeltramitedeCreacion/2/>



5. DISEÑO DE ASPECTOS METODOLÓGICOS

5.1 LINEA DE INVESTIGACIÓN

Línea de investigación institucional: DESARROLLO Y GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Sub línea: CREACION Y DESARROLLO EMPRESARIAL

Tema: PLANES DE NEGOCIO

5.2 ENFOQUE

En la estructura del plan de negocios se aplicará el método cuantitativo con el objeto de que la información recolectada para la información sea lo más acertada posible.

Nuestro trabajo se realizará de acuerdo con un enfoque cuantitativo, puesto que esta se puede medir conforme a una herramienta de recolección de datos como la encuesta, con la cual se va a determinar el total de la población que será objeto de estudio para este proyecto. El resultado y el análisis de este instrumento va a indicar quienes serán usuarios y consumidores de los servicios educativos, en este caso niños, jóvenes y músicos en proceso de formación, quienes serán el mercado al cual va dirigido este proyecto, siendo nuestros clientes los padres de familia los quienes van a adquirir el servicio.

5.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El plan de negocios se estructura dentro de un tipo de investigación descriptiva y analítica

- **La investigación analítica:** “consiste fundamentalmente en establecer la comparación de variables entre grupos de estudio y el control, sin aplicar o manipular las variables, estudiando según se dan naturalmente en los grupos”³⁰.

Este trabajo de investigación se considera puesto que se va a establecer un análisis del mercado y de factibilidad de la implementación de una escuela de educación artística y musical dentro de él.

- **La investigación descriptiva:** se refiere a la etapa preparatoria del trabajo científico que permite ordenar los resultados de las observaciones de las con-

³⁰ HERNÁNDEZ. Metodología de la investigación. Bogotá: 1986. p. 60.



ductas, las características, los factores, los procedimientos y otras variables de fenómenos y hechos

De igual manera se pretende describir y ordenar los resultados de las observaciones del comportamiento y características, tanto de la competencia, la población y el mercado donde se pretende desarrollar esta idea de negocio.

La investigación analítica descriptiva, dentro del plan de negocios permite realizar un análisis de diversos factores que convergen en una determinada sociedad, dentro de los cuales sobresalen los componentes del mercado en todas las áreas, el estudio de los fenómenos permite establecer la viabilidad de la constitución de un verdadero ente económico, el desconocimiento de las características de un determinado territorio pone en alto riesgo a cualquier empresa.

5.4 MÉTODO

En el presente trabajo se utilizará el método deductivo-inductivo, el cual consiste en lo siguiente en procedimiento de inferencia que se basa en la lógica para emitir un razonamiento; su principal aplicación se relaciona de un modo especial con las matemáticas puras.

“El método de inducción-deducción se utiliza en este plan de negocios está basado en los hechos particulares de la creación de una escuela de formación artística y musical en el municipio de San Juan de Pasto, siendo deductivo en un sentido, de lo general a lo particular, e inductivo en sentido contrario, de lo particular a lo general”³¹.

- **Método inductivo.** Inducción: es un razonamiento que analiza una porción de un todo; parte de lo particular a lo general. Va de lo individual a lo universal.

La característica de este método es que utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares, aceptados como válidos para llegar a conclusiones cuya aplicación es de carácter general. Este método se inicia con la observación individual de los hechos, analiza la conducta y características del fenómeno, se hacen comparaciones, experimentos, etc., y se llega a conclusiones universales para postularlas como leyes, principios o fundamentos.

³¹ Metodología de la investigación. (21 de Octubre de 2017). Bogotá, D.C. (en línea). profesores.fi-b. (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: http://profesores.fi-b.unam.mx/jfifl/Seminario_IEE/Metodologia_de_la_Inv.pdf



- **Método deductivo.** Es el razonamiento que parte de un marco general de referencia hacia algo en particular. Este método se utiliza para inferir de lo general a lo específico, de lo universal a lo individual.

Mediante este método de razonamiento se obtienen conclusiones, partiendo de lo general, aceptado como válido, hacia aplicaciones particulares. Este método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y, mediante la deducción, el razonamiento y las suposiciones, entre otros aspectos, se comprueba su validez para aplicarlos en forma particular.

Las reglas del método de inducción-deducción son:

- Observar cómo ciertos fenómenos están asociados y por inducción intentar descubrir la ley o los principios que permiten dicha asociación.
- A partir de la ley anterior, inducir una teoría más abstracta que sea aplicable a fenómenos distintos de los que se partió.
- Deducir las consecuencias de la teoría con respecto a esos nuevos fenómenos.
- Efectuar observaciones o experimentos para ver si las consecuencias son verificadas por los hechos.
- Dicho método considera que entre mayor sea el número de experimentos realizados, mayores serán las probabilidades de que las leyes resulten verídicas.

El presente trabajo de investigación con el cual se pretende desarrollar un plan de negocios para la creación y constitución de una escuela de formación musical en el municipio de san Juan de Pasto tiene un método de inducción y deducción, puesto que por medio de él se observa el comportamiento de este negocio en el mercado, la población y su viabilidad. Seguidamente se deducirá el posible impacto que este genere en la sociedad pastusa, por medio de la aplicación de encuestas y estrategias que van a permitir ser objetivos en la constitución y puesta en marcha de la empresa.

5.5 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO INVESTIGATIVO

Se toman como población los datos suministrados por el DANE en censo del año 2016 en el municipio de Pasto.

El proyecto va dirigido a niños jóvenes y músicos que deseen canalizar sus intereses y energías hacia una actividad artística sino también, desarrollar su talento dentro de una actividad de crecimiento personal y profesional hacia las actividades culturales que se lleven a cabo dentro del municipio de Pasto.



El total de la población en el municipio de Pasto es de 439.993 la población que vamos a tomar para analizar es:

Tabla 1. Población Municipio de San Juan de Pasto

Población Total	Rango de Edad	Hombres	Mujeres
439.993	5-9 años	16.779	16.222
	10-14 años	17.832	17.888
	15-19 años	19.275	19.245
		53.886	53.355
TOTAL		107.241	

La población objeto de estudio es 107.241³².

5.5.1 Determinación de la población. Para la determinación del tamaño de la muestra que se maneja en el plan de negocios se tendrá en cuenta a las empresas que se dedican a las actividades que se relacionaron anteriormente. Para este cálculo se aplica la fórmula de muestreo aleatorio simple en donde se conoce de antemano el tamaño de la población.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{E^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

Z = Nivel de confianza de 1.96, con un nivel de seguridad del 95%

p = Probabilidad de que un suceso ocurra generalmente un 50%

q = Probabilidad de que un suceso no ocurra generalmente un 50%

E = Error permisible 5%

$$107241 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)$$

³² DANE. Pirámide de población total según sexo y grupos quinquenales de edad. (21 de Octubre de 2017). Bogotá, D.C. (en línea). encolombia.com (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: [https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/pob.html\(22.10.2017,5:30pm\)](https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/pob.html(22.10.2017,5:30pm))



$$n = \frac{(0.05)^2 * (107240) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$102994.2$$

$$n = \frac{102994.2}{269.0604}$$

$$n = 383$$

La muestra con la cual se va a trabajar teniendo en cuenta un margen de error de 5% y un nivel de confianza del 95% es de 383 encuestas.

PROHIBIDA SU COPIA



6. INFORME DE RESULTADOS

Para realizar este informe se realizó una encuesta a trescientos ochenta y tres (383) padres de familia de diferentes instituciones educativas del municipio de San Juan de Pasto, con el fin de conocer algunos aspectos relacionados con los servicios que se pueden ofrecer en una escuela de formación artística.

6.1. SISTEMATIZACIÓN Y TABULACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Fecha: 19 de febrero de 2018

Objetivo: Conocer el nivel de preferencia para la Creación de una Escuela de Formación Artística y Musical Especializada en la Enseñanza- Aprendizaje de Géneros Urbanos en el Municipio de Pasto para el año 2018.

Encuesta dirigida a: trescientos ochenta padres de familia de diferentes instituciones educativas del municipio de San Juan de Pasto

1. ¿Cuál de estas actividades le gustaría a su hijo practicar en su tiempo libre?
 - a) Deporte
 - b) Música
 - c) Pintura
 - d) Ninguna de las anteriores
2. ¿Piensa usted que la música es importante para la formación integral de sus hijos?
 - a) Si
 - b) No
3. ¿Siente que su(s) hijo(s) tiene(n) habilidades para la música?
 - a) Si
 - b) No
4. ¿Qué géneros o estilos musicales son de su preferencia?
 - a) Música clásica o académica
 - b) Jazz
 - c) Tropical (salsa, merengue, regional, etc.)
 - d) Rock
 - e) Todas las anteriores



5. ¿Qué instrumentos musicales son de su interés de aprendizaje?
 - a) Saxofón
 - b) Trompeta
 - c) Trombón
 - d) Percusión latina
 - e) Violín
 - f) Guitarra y bajo eléctrico
 - g) Piano enfocado a la música urbana
 - h) Canto

6. ¿Se encuentra usted en disponibilidad de adquirir un instrumento musical?
 - a) Si
 - b) No

7. ¿Los costos de matrícula que estaría dispuesto a cancelar serían?
 - a) \$ 250.000 a \$ 300.000
 - b) \$ 350.000 a \$ 400.000
 - c) \$ 450.000 a \$ 500.000

8. Prefiere pagar una educación musical para sus hijos:
 - a) Por Niveles
 - b) Por Horas

9. Si la formación es por niveles, le gustaría que el pago de pensión sea:
 - a) Mensual
 - b) Trimestral
 - c) Semestral

10. ¿Le gustaría que sus (s) Hijo(s) sea parte de una agrupación musical?
 - a) Si
 - b) No

11. ¿Piensa usted que una escuela de música es parte Indispensable para el desarrollo social y económico de la región?
 - a) Si
 - b) No

12. ¿Piensa usted que aprender a interpretar un instrumento musical y diferentes géneros musicales puede llegar a ser una fuente de ingreso?
 - a) Si
 - b) No

6.2. ANÁLISIS DE ENCUESTAS

Gráfica 1. ¿Cuál de estas actividades le gustaría a su hijo practicar en su tiempo libre?

- a) Deporte
- b) Música
- c) Pintura
- d) Ninguna de las anteriores

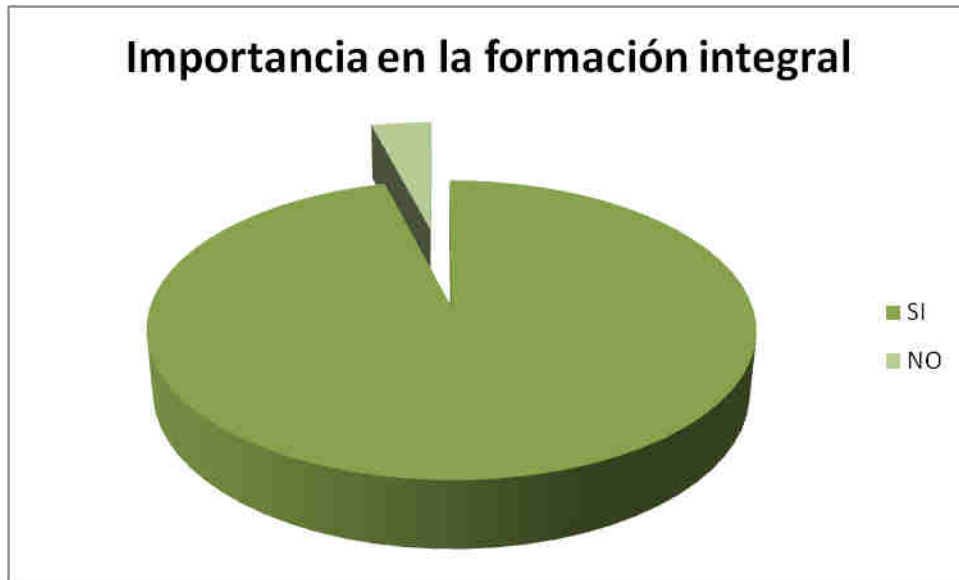


A partir de la encuesta aplicada a los padres de familia, se determina que en un 36% (138 encuestados) tienen preferencia por las actividades musicales, el 34% (130 encuestados) por las actividades deportivas, el 18% (69 encuestados) por la pintura y un 12% (46 encuestados) por ninguna actividad de aprovechamiento del tiempo libre.

Se puede observar según la encuesta que existe una preferencia por las actividades deportivas artísticas y musicales en aprovechamiento del tiempo libre, lo cual arroja un resultado favorable para el emprendimiento de un negocio con las características planteadas en este proyecto. Adicionalmente el trabajo de mercadeo se enfocaría en mantener como atraer nuevos clientes, ampliando el rango de preferencia por las actividades musicales.

Gráfica 2. ¿Piensa usted que la música es importante para la formación integral de sus hijos?

- a) Si
- b) No

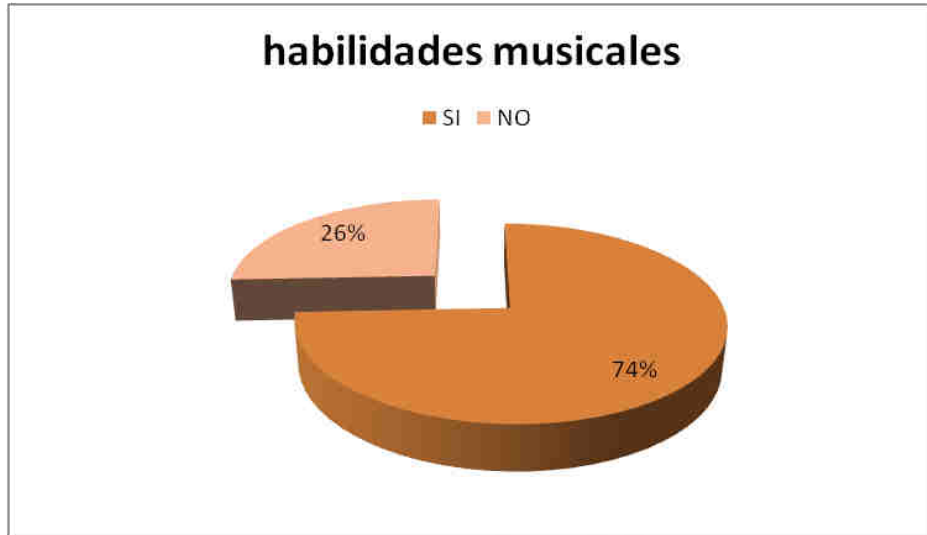


La figura anterior muestra que para el 96% (368) de los encuestados la música es indispensable para la formación integral de sus hijos, mientras que para el 4% (15) no lo es.

La tarea de nuestra institución es formar ciudadanos que participen activamente en la sociedad, la promoción y difusión de las artes, contribuir a proteger y consolidar los valores de la sociedad, con una propuesta con un enfoque humanista, teniendo en cuenta la importancia que tiene esta para los padres de familia en la formación de sus hijos.

Gráfica 3. ¿Siente que su(s) hijo(s) tiene(n) habilidades para la música?

- a) Si
- b) No

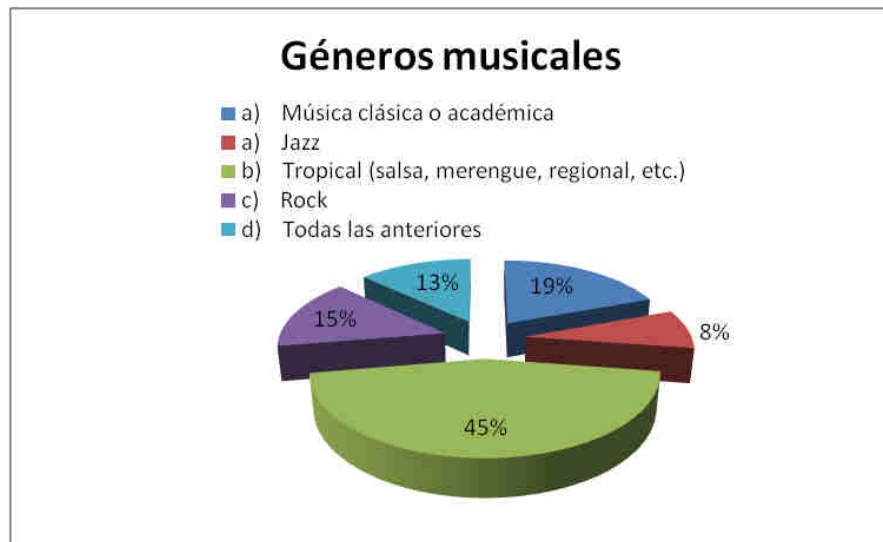


Según el resultado del análisis de la encuesta se puede observar que el 74% (283 encuestados) de los padres de familia piensan que sus hijos tienen habilidades para la música y el 26% (100 encuestados) no lo tiene.

La inteligencia musical es un talento que aparece desde los primeros momentos de la vida. Cuanto más en contacto con la música esté una persona, más hábil se volverá para distinguir ritmos y sonidos. Este tipo de inteligencia se relaciona también con la coordinación, con el entender estructuras y patrones, con los conceptos culturales y con la capacidad lógica para resolver problemas, por lo que podemos deducir que ningún ser humano está exento de aprender a interpretar un instrumento musical, lo cual favorece nuestras posibilidades de ampliar el mercado en ese 26% (100 encuestados) de los padres de familia que piensan que sus hijos no tienen habilidades para la música.

Gráfica 4. ¿Qué géneros o estilos musicales son de su preferencia?

- a) Música clásica o académica
- b) Jazz
- c) Tropical (salsa, merengue, regional, etc.)
- d) Rock
- e) Todas las anteriores

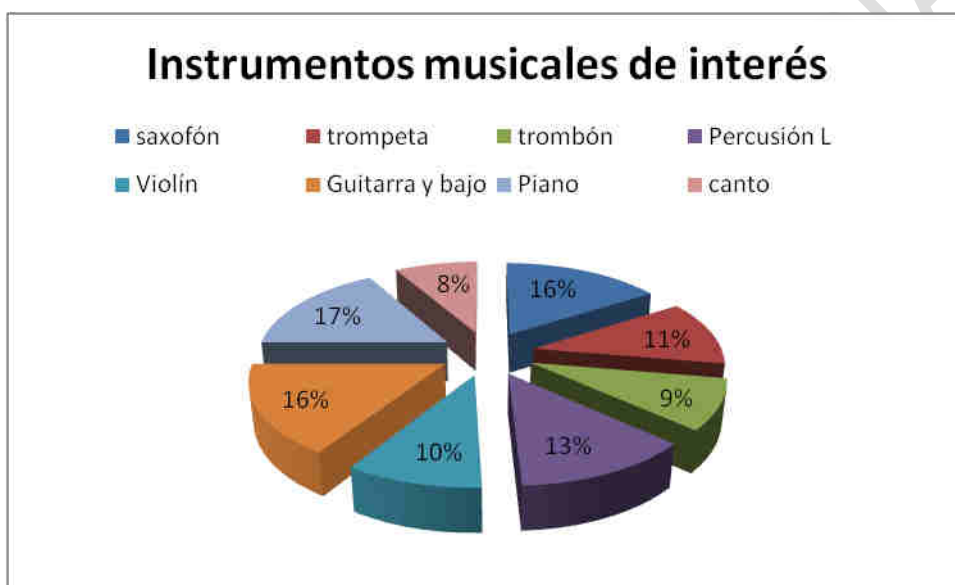


Los géneros musicales de preferencia de los encuestados son: el 45% (172 encuestados) la música tropical, el 19% (73 encuestados) música clásica o académica, el 15% (57 encuestados) Rock, el 8% (31 encuestados) jazz y el 13% (50 encuestados) todas las anteriores.

Nuestra escuela de formación tiene la posibilidad, dado a su calidad educativa y a los profesionales que trabajan en ella satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto refiere al aprendizaje de diferentes géneros musicales.

Gráfica 5. ¿Qué instrumentos musicales son de su interés de aprendizaje?

- a) Saxofón
- b) Trompeta
- c) Trombón
- d) Percusión latina
- e) Violín
- f) Guitarra y bajo eléctrico
- g) Piano enfocado a la música urbana
- h) Canto



Las preferencias de aprendizaje de un instrumento musical según la gráfica son: el 16% (61 encuestados) saxofón, el 11 % (42 encuestados) trompeta, el 9% (35 encuestados) trombón, el 13% (50 encuestados) percusión latina, el 10% (38 encuestados) violín, el 16% (61 encuestados) guitarra y bajo eléctrico, el 17% (65 encuestados) piano con un enfoque a la música urbana y el 8% (31 encuestados) canto.

Nuestra escuela de formación tiene la posibilidad, dado a su calidad educativa y a los profesionales que trabajan en ella satisfacer las necesidades de nuestros clientes y usuarios en cuanto al aprendizaje individual y colectivo de una gama de instrumentos musicales.

Gráfica 6. ¿Se encuentra usted en disponibilidad de adquirir un instrumento musical?

- a) Si
- b) No

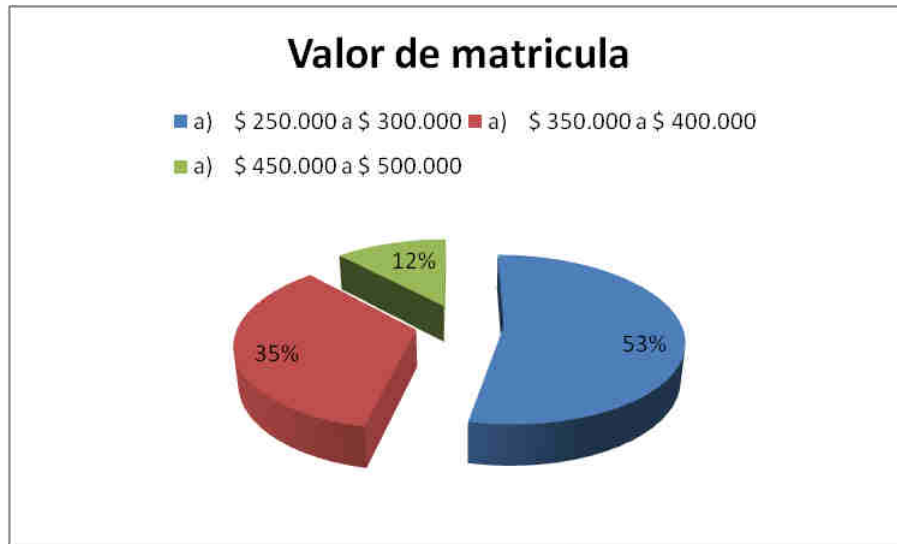


El 23% (88 encuestados) de los padres de familia, no se encuentran en capacidad de adquirir un instrumento musical, mientras que el 77% (295 encuestados) si lo puede adquirir.

En la actualidad existen diferentes marcas de instrumentos musicales que pueden ser de fácil adquisición, para el 23% (88 encuestados) de la población se puede realizar un trabajo de persuasión para la compra o adquisición de un instrumento musical.

Gráfica 7. ¿Los costos de matrícula que estaría dispuesto a cancelar serían?

- a) \$ 250.000 a \$ 300.000
- b) \$ 350.000 a \$ 400.000
- c) \$ 450.000 a \$ 500.000



En cuanto a los costos de matrícula un 53% (203 encuestados) de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$250.000 a \$300.000, un 35% (134 encuestados) entre \$350.000 a \$400.000, y un 12% (46 encuestados) entre \$450.000 y \$500.000

El análisis de la encuesta nos permite establecer un precio entre \$250.000 a \$300.000 en el costo de la matrícula y pensión mensual, por lo tanto, el restante del porcentaje son clientes que estarían dispuestos a pagar ese valor puesto que es mucho más bajo que el propuesto en el resto de la encuesta.

Gráfica 8. Prefiere pagar una educación musical para sus hijos:

- a) Por Niveles
- b) Por Horas



En cuanto a la modalidad de la educación dentro de la escuela de música el padre de familia prefiere pagar en un 74% (283 encuestados) por niveles y un 26% (100 encuestados) por horas.

De acuerdo al análisis de la encuesta se puede adaptar las programaciones curriculares y planes de estudio para que los estudiantes reciban una educación de calidad y por niveles, aprovechando al máximo sus potencialidades, lo cual nos permite también reducir costos en el pago de nómina a los trabajadores de la empresa, puesto que es más económico pagar un docente por niveles, que por horas y clases personalizadas.

Gráfica 9. Si la formación es por niveles, le gustaría que el pago de pensión sea:

- a) Mensual
- b) Trimestral
- c) Semestral



Si la formación es únicamente por niveles el 54% (207 encuestados) de los encuestados prefieren pagar por mensualidad, el 18% (69 encuestados) trimestral y el 28% (107 encuestados) por semestre.

Para el padre de familia es más cómodo pagar la educación de sus hijos mensualmente, dadas las condiciones salariales e ingresos percibidos por los padres de familia. Además, esta modalidad de pago, le permite al padre de familia organizar sus gastos en cuanto refiere a la educación de sus hijos.

Gráfica 10. ¿Le gustaría que sus (s) Hijo(s) sea parte de una agrupación musical?

- a) Si
- b) No

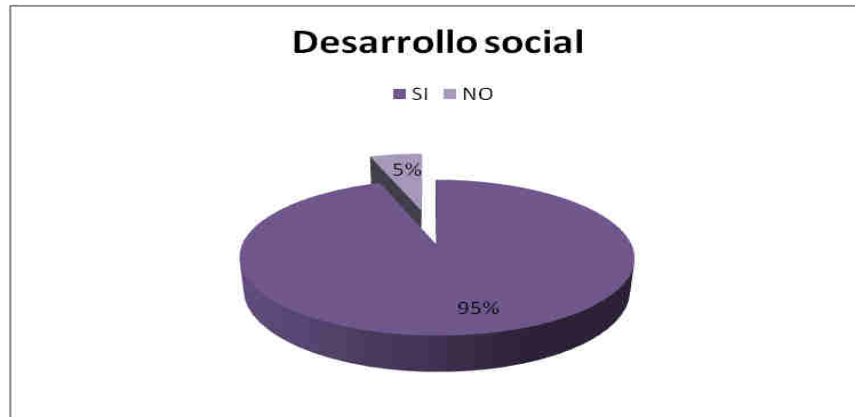


Al 97% (372 encuestados) de los padres les gustaría que sus hijos fueran parte de una agrupación musical. Mientras que al 3% (11 encuestados) no.

Es importante que el padre de familia como demuestra la encuesta entienda que el hecho de pertenecer a una agrupación musical favorece y fortalece el desarrollo de la Educación Musical en el aula, y esta a su vez influye positivamente y fomenta la creación de nuevas agrupaciones, donde el alumno, puede desarrollarse como persona y artista, siendo las agrupaciones musicales otra dimensión cultural en su vida.

Gráfica 11. ¿Piensa usted que una escuela de música es parte Indispensable para el desarrollo social y económico de la región?

- a) Si
- b) No



Según la encuesta realizada para el 95% (364 encuestados) de la población encuestada la música es importante para el desarrollo social de la región y para el 5% (19 encuestados) no lo es.

La música, sea cual sea el campo que miremos, juega un papel muy relevante de la que pudiese aparentar. Es más, que las agrupaciones musicales y la formación de estudiantes sensibles al arte y a la música ayudan a conformar sociedades estables, con valores tanto éticos y morales.

Gráfica 12. ¿Piensa usted que aprender a interpretar un instrumento musical y diferentes géneros musicales puede llegar a ser una fuente de ingreso?

- a) Si
- b) No



Según la encuesta realizada para el 89% (341 encuestados) de la población encuestada aprender a interpretar un instrumento musical puede ser una fuente de ingreso, mientras que 11 % (42 encuestados) no lo es. La actividad musical realizada con profesionalidad puede consolidarse como una fuente de trabajo directa e indirecta, por lo que es también una fuente de ingreso.



7. ESTUDIO DE MERCADOS

Mercado es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

El estudio de mercado tiene como finalidad: el establecer el comportamiento del sector objeto de investigación, además del comportamiento de las leyes fundamentales de la economía como son la oferta y la demanda así mismo de las variables precios y canales de distribución.

El éxito o el fracaso de la inclusión de un producto, bien o servicio en el mercado, debe estar representado por un estudio minucioso y serio en el cual se identifiquen todas las variables o características intrínsecas y extrínsecas de dicho mercado, llámese consumidor, mayoristas, consumidores finales, precio, calidad, competencia, canales de distribución, niveles de actividad, etc.

Estos aspectos permiten prever por una parte el tamaño del mercado la oferta y la demanda actual del producto, el probable porcentaje de participación de la empresa en el mercado en general y por ende el porcentaje que ya pertenece a la competencia.

Mercado Objetivo: es de gran relevancia mencionar que en Colombia y en muchos países del mundo, el acceso a la educación depende de una serie de requisitos mínimos para poder ingresar y aspirar al desarrollo de habilidades técnicas, tecnológicas y profesionales. Para la mayoría de las universidades del país se realiza una prueba de conocimiento general y se exige el título de bachiller académico. Para las facultades de música, existen las mismas exigencias, más la adición del requerimiento de poseer un nivel previo en la ejecución de un instrumento y conocimiento de teoría musical.

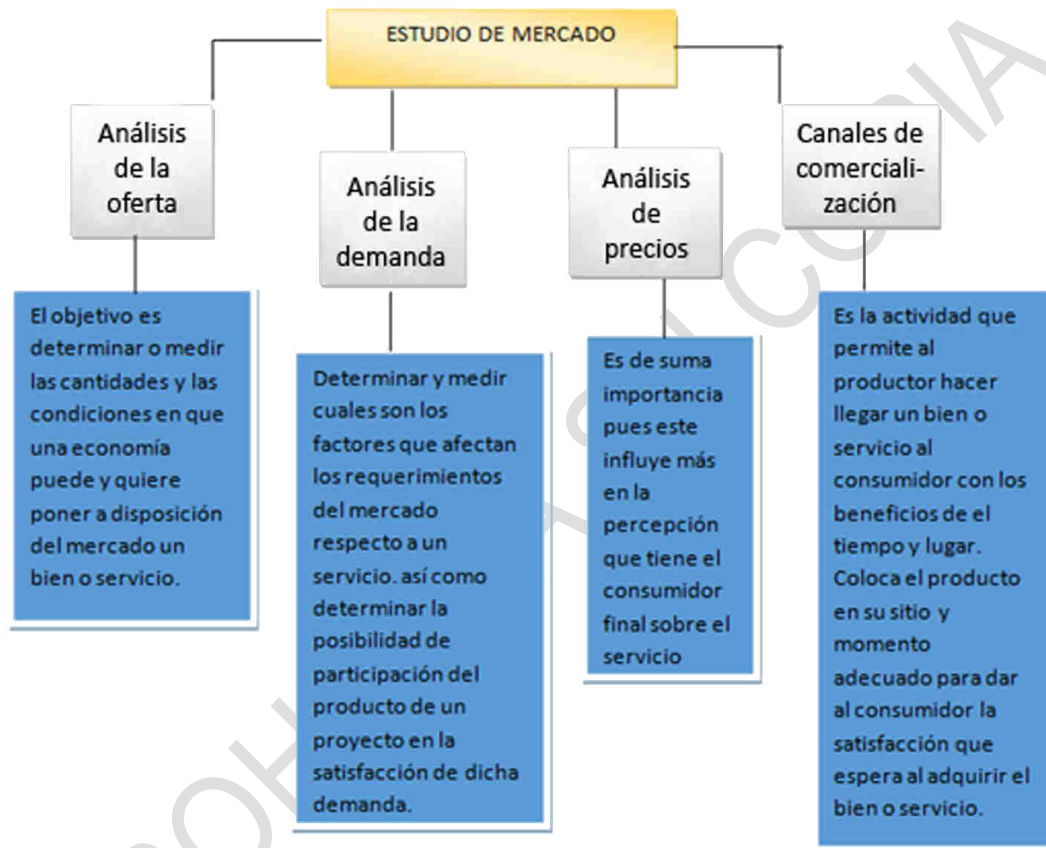
Es preciso mencionar que no todos los seres humanos poseen talento musical y muchas de las capacidades perceptivas necesarias para la asimilación de la música se desarrollan espontáneamente a lo largo de los 10 primeros años de la vida y no parece que su desarrollo requiera el estímulo de una formación musical. Muchas veces se supone que la capacidad de oído absoluto es sintomática de un talento innato especial. Sin embargo, existen pruebas según las cuales esta habilidad no sólo la puede adquirir cualquiera, sino que también está presente de forma no desarrollada en dos de cada tres personas que no han recibido nunca educación musical. Se diría que la habilidad musical se desarrolla a partir de un conjunto de características básicas heredadas que son comunes a la gran mayoría de la población.

Mediante el estudio o análisis de los antecedentes y situaciones tanto actuales como futuras se podrá prever la forma como ha de evolucionar el mercado durante la vida útil del proyecto mediante todos sus aspectos.

Dentro del proyecto se maneja cuatro componentes en el estudio de mercado:

- Análisis de la demanda.
- Análisis de la oferta.
- Análisis de precios.
- Canales de comercialización.

Figura 2. Estudio de mercado



7.1 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Un producto es cualquier bien o servicio que solucione una necesidad o proporcione una satisfacción deseable por los consumidores para lo cual se debe tener en cuenta ciertos atributos.

Para adelantar el estudio de mercado del servicio que se pretende entregar a los consumidores, es requisito indispensable especificar rigurosamente sus características correspondientes.

En consecuencia, un servicio lo podemos identificar respondiendo básicamente interrogantes en base a sus usos y usuarios.

La empresa EFAMP contara con un área de formación artística y musical especializada en la enseñanza- aprendizaje de géneros urbanos.

Haciendo referencia a dos puntos principales

La población: como ya se había mencionado, uno de los objetivos principales del proyecto es la capacitación y formación artística y musical especializada en la enseñanza y aprendizaje de géneros urbanos en la ciudad de Pasto (Nariño).

Zona de influencia: el análisis de mercado se restringe a una zona geográfica determinada en la ciudad de Pasto (Nariño) en este lugar es donde tendremos la mayor participación de clientes. El análisis de mercado se realiza fundamentado en dos aspectos básicos: mercado objetivo y zona de influencia.

7.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El proyecto se enmarca en los proyectos que generan ingresos monetarios, por lo tanto, suponen la estimación de cantidades o unidades atendidas que pueden ser vendidas a ciertos niveles de precios. Además, aparecen una serie de factores que condicionan y determinan los gustos y preferencias de los consumidores. Lo mismo que su poder de adquisición o capacidad de compra.

7.2.1 Análisis de resultados de demanda. De acuerdo con la investigación de mercado realizada se observa:

Gráfica 13. Tiempo libre





El 36% (138 encuestados) de los encuestados tienen preferencia por la música y 12% (46 encuestados) por ninguna actividad de aprovechamiento del tiempo libre eso nos lleva a concluir que nuestro mercado a objeto es 48% (184 encuestados) el cual se determina como mercado potencial.

Podemos observar que en el municipio de Pasto no hay preferencias por escuelas de formación musical y así mismo se observa que el mercadeo impulso y venta de estos servicios es mínimo, por lo tanto, el servicio prestado por la empresa EFAMP inicial mente será especializado en estos aspectos pretendiendo cubrir falencias existentes en las empresas de la ciudad.

Podemos aprovechar el 36% (138 encuestados) de preferencia por la música y se trabajara en 12% (46 encuestados) de los cuales no tienen preferencias por ninguna actividad en los tiempos libres, iniciando la vida útil del proyecto en 48% (184 encuestados) de potenciales usuarios de este servicio.

Se puede apreciar que las escuelas de formación musical en la ciudad tiene grandes debilidades en cuanto a publicidad y reconocimiento por parte de la ciudadanía, lo cual refleja que existe un mercado potencial en el cual se puede entrar sin mayores inconvenientes, trabajando en estrategias de mercado para concientizar a los padres de familia y posibles usuarios de la importancia de aprovechar las habilidades y destrezas musicales que según la encuesta realizada existe un promedio de 74%, adicional a esto hay mercados que se pueden explotar, por las características y exigencia de otro tipo de formación como es el deporte y según nuestra investigación el 34% de los encuestados tienen preferencias por estas disciplinas. Este mercado puede ser fácilmente explotado ya que las características y la exigencia hacen de esta formación que tenga deserción por parte de sus integrantes.

7.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El estudio de la oferta tiene como objetivo identificar la forma como se han atendido las demandas o necesidades de la comunidad.

No suele ser tarea fácil estimar, con algún grado de certeza, la oferta en un proyecto determinado, puesto que la información que interesa está en manos de la competencia, que por obvias razones no está interesada en divulgarla, ya que en muchas ocasiones se convierte en un arma poderosa para competir en el mercado; sin embargo, a través de algunos mecanismos de información global se puede llegar a tener una idea aproximada del comportamiento de la oferta.

Un punto de partida fue observar actualmente el número de escuelas de formación musical más representativas de la ciudad de Pasto.



El trabajo de campo e investigación nos condujo a identificar y cuantificar las empresas con mayor relevancia, sus características, forma de trabajo, ubicación, portafolio de servicios, planes de formación musical y áreas de pedagogía. Las cuales se mencionan a continuación:

Departamento de música de la universidad de Nariño

Quien se encarga de formar profesionales de la música en las áreas de pedagogía musical, la interpretación; creación; investigación y producción musicales, con una trayectoria en el departamento de Nariño de más de treinta años

Cursos de música UNIMAR

Es una escuela de Formación que desde el 2012 ha desarrollado varios proyectos enfocados hacia la formación musical de la comunidad académica y en general de la región del sur occidente colombiano, dirigidos principalmente a niños, jóvenes y adultos en la capacitación, práctica e interpretación musical músicas académicas, regionales, tradicionales, populares y comerciales.

REFM Pasto

La RED DE ESCUELAS DE FORMACION MUSICAL DE PASTO, a partir del 2002 es un proyecto liderado por la alcaldía Municipal a través de la secretaría de educación. los beneficiarios de este proyecto son niños, niñas y jóvenes entre los 8 y 16 años de edad, vinculados a las instituciones educativas del municipio y que pertenecen a familias de estratos sociales bajos, la cual se dedica a la formación dancística y sinfónica.

Amadeus Pasto

La Escuela de Música es de carácter privado, otorgó reconocimiento a la Escuela de Formación Musical AMADEUS del Instituto Champagnat de Pasto. Con una trayectoria quince (15) años, promoviendo el desarrollo musical y la enseñanza de la interpretación en una gran variedad de instrumentos musicales

Toque del Maestro

Educación para el Trabajo y Desarrollo Humano, de naturaleza privada que ofrece capacitación en las áreas de audio y música comprometidos en la formación de niños, jóvenes y adultos de la región sur occidental de Colombia, para promover artistas creativos y sensibles frente a su realidad, con criterio para transformar la sociedad mediante las manifestaciones culturales, con una trayectoria de 8 años de servicio a la comunidad.

Las empresas que actualmente prestan este servicio por lo general están enfocadas en la formación musical clásica, sinfónica, religiosa e instrumental. Ninguna de estas ofrece una formación artística musical enfocada en géneros urbanos, donde la generación actual y futuras desean desarrollar su interés y practica esto acompañado de ejemplos musicales en estos géneros que influyen en el deseo de formarse como músicos urbanos.



La mayoría de empresas analizadas carecen de canales de mercadeo y comercialización, no tiene personas que desarrollen este canal. Para nuestra empresa es uno de los focos y estrategias principales para el desarrollo y puesta en marcha de nuestro proyecto uno de nuestros focos es que la comunidad nariñense reconozca nuestra marca para esto tenemos que posicionarla. Según algunos expertos existen varios métodos entre ellos los siguientes³³:

1. *Marca una Identidad Única*: Para hacer que tu marca sea identificada por los clientes y/o clientes potenciales, dale a tu marca un aspecto brillante, algo que la haga destacarse entre la multitud. Una vez que apruebes su aspecto, narra la historia de la gente que participó en la creación de la marca. Tú puedes hacer esto ya sea a través de tu blog o en tu página en la sección “nosotros”. Al especificar tus valores centrales, harás hincapié aún más en las estrategias del negocio, por lo que te recomiendo ponerlo en práctica.
2. *Optimización de Sitio Web*: Si tu sitio web está bien optimizado, atraerá a las audiencias objetivo y la afluencia de visitas podrá encontrar tu sitio web y permanecerá en tu sitio durante mucho más tiempo, posiblemente se convertirán en clientes también. Para esto, es necesario tener en cuenta el diseño de tu sitio web, las palabras clave que elijas y el título y etiquetas meta que utilices, los métodos y métricas que empleas en las tasas de conversión, etc.
3. *Redes Sociales*: Puedes aumentar el perfil de tu marca y hablar directamente con un público interesado a través de las redes sociales. Estas plataformas también te permiten establecer relaciones y obtener información valiosa sobre lo que desea tu base de clientes y lo que ellos están buscando. Las redes sociales ayudan a dar a tu marca una sensación de accesibilidad y que sea atractivo. Elige desde Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram. Elige un tono de voz diferente para cada canal y decide la frecuencia de tus mensajes.
4. *Personaliza la experiencia del consumidor*: Al personalizar la experiencia de tus clientes, lo harás más agradable para ellos. Al hacer esto, mostrarás a tus clientes que te preocupas por ellos. Esto puede fomentar tus relaciones y acrecentar tus tasas de conversión.
5. *Referencias de boca en boca*: Las referencias boca en boca no pueden ser pasadas por alto. Ahora con el Internet, el marketing boca en boca tiene alas, ya que puede llegar a todo el mundo en tan solo unos segundos. Las marcas pueden usar las redes sociales para obtener referencias al engancharse con la audiencia a través de interacciones de servicio al cliente, ofrecer incentivos, etc.

³³ RODRIGO Hm. 8 Estrategias Efectivas Para Generar Reconocimiento en tu Marca (08 de Abril de 2003). Bogotá, D.C. (en línea) rodrigo hm.com. (consultada: 14 de Marzo de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://rodrigo hm.com/8-estrategias-efectivas-generar-reconocimiento-marca/>



6. *Competencias para estimular el interés de la marca:* Puedes generar interés en tu marca mediante la creación de una competición, todo lo cual puede abrirse a un público completamente nuevo para ti, por lo tanto, aumentar el aumento de tu base de clientes potenciales. A pesar de que tu objetivo pueda ser el conseguir reconocimiento de marca, puedes conseguir otros objetivos como suscripciones a boletines y registros para la competencia.
7. *Medios tradicionales:* Aunque los medios impresos no son tan preferidos como su contraparte digital, pero hay muchas personas que todavía leen periódicos y revistas. No sólo puedes usar estos medios para obtener una tasa más económica de publicidad, también puedes obtener grandes espacios útiles para tus anuncios que puedan atrapar la atención del lector. Al obtener buenas ofertas en periódicos y revistas de nicho, puedes aumentar el reconocimiento de tu marca o producto.
8. *Eventos Patrocinados:* Puedes ganar un poco de protagonismo para tu marca mediante el patrocinio de un torneo o evento. Esto te da la oportunidad de establecer contactos con personas importantes que puedan ayudarte a difundir el reconocimiento de tu marca³⁴.

7.4 ANÁLISIS DE PRECIOS

En las organizaciones económicas basadas en el sistema de mercado, las pautas seguidas en la fijación de precios, constituye un aspecto esencial en el proceso de comercialización del servicio.

Siempre que se suministre un servicio habrá un precio: en cada caso las empresas fijaran precios para la prestación de sus servicios, teniendo en cuenta ciertas consideraciones entorno a los costos, a la demanda y al mercado y dentro del marco de lo político, como de las conveniencias tanto de tipo económico como social.

El estudio de precios en el proyecto tiene que ver con la modalidad de la competencia y los servicios prestados por ellos, sin dejar a un lado la utilidad mínima para que este proyecto tenga las bases para auto sostenerse de una manera adecuada, permitiendo permanecer y afianzarse en el mercado nariñense.

Teniendo en cuenta que las empresas que prestan servicios similares no cuentan con la formación artística musical que la empresa EFAMP pretende implementar en la ciudad y según los resultados de las encuestas.

³⁴ *Ibíd.*, p.3.

Gráfica 14. Valor de la matrícula



En cuanto a los costos de matrícula un 53% (203 encuestados) de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$250.000 a \$300.000, un 35% (134 encuestados) entre \$350.000 a \$400.000, y un 12% (46 encuestados) entre \$450.000 y \$500.000

Para que la empresa EFAMP sea sostenible y de acuerdo con el análisis realizado en base a los resultados de dicha encuesta podemos concluir que nuestros costos de matrícula serían de \$250.000 mensual y \$ 250.000 matrícula semestral. Se toman estos valores teniendo en cuenta que la competencia foco de estudio tiene valores similares y en algunos casos más elevados en el costo de la matrícula. La EFAMP, ofrece a sus clientes y usuarios una formación musical integral de calidad atendiendo las necesidades y preferencias de los estudiantes.

7.5 COMERCIALIZACIÓN

El posicionamiento en el mercado, implica diferenciación en servicio y precios, por esta razón el canal de distribución que más se ajusta al tipo de servicio que se pretende ofrecer es la relación directa entre la empresa y el cliente final, garantizando calidad, eficiencia y eficacia en la prestación del servicio.

Para el desarrollo efectivo y de calidad al momento de desarrollar el proceso de comercialización y venta de nuestros servicios se pretende establecer algunas estrategias como:

7.5.1 Estrategias de mercado. Cualquier estrategia de mercadeo cuenta con varios factores que se interrelacionan y actúan en conjunto.

- *Estrategia de selección del mercado objetivo:* Definir claramente una necesidad para un mercado objetivo, será el primer elemento de la estrategia de mercadeo definiendo su potencial, características y forma de prestación del servicio.



El mercado objetivo en este proyecto son los niños y jóvenes que deseen aprovechar su tiempo libre y formarse como músicos especializados en géneros urbanos.

- *Estrategia de desarrollo del servicio:* identificar las necesidades del mercado y su potencial, definiendo la composición adecuada de los servicios a ofrecer, encaminada a satisfacer la necesidad y la carencia de este tipo de formación musical, basada en el comportamiento del mercado.
- *Estrategia de promoción y publicidad:* es una de las partes en donde la escuela de formación musical hace conocer a su mercado objetivo los servicios a ofrecer, llegando de manera directa (personal) o indirecta (masiva) al consumidor, algunos medios a utilizar serán; la radio, televisión, redes sociales, volantes, folletos impresos, perifoneo entre otros.
- *Estrategias de venta:* ¿Estratégicamente el proyecto debe definir cómo se va a vender el servicio?, ¿Qué tipo de fuerza de venta directa se va a utilizar?, ¿Cuáles serán las políticas de crédito y pago? ¿Cuál es el tope mínimo de alumnos inscritos para tomar el curso?, etc.
- *Estrategia de precios:* Determinación de los precios dado los siguientes elementos: (más importantes) capacidad de adquisición del servicio, nivel socio económico, Costos del servicio, costos financieros, logísticos, de publicidad y promoción, salarios etc. Es importante tener en cuenta los precios de matrículas e inscripciones de la competencia, estimado en un valor promedio de \$ 350.000
- *Estrategia de comunicación y servicio al cliente:* partiendo de la forma de comunicación con los clientes (de manera personal o impersonal) la empresa EFAMP maneje las TIC como medio de comunicación y servicio al cliente. Enfocada en la creación de una página web, donde el cliente y usuario puedan encontrar diferentes ítems como: material de apoyo, control de asistencia, horarios, cursos virtuales, tutoriales, información de presentaciones y conciertos, invitaciones a reuniones y entrega de resultados de cursos practicados.
- *Estrategia de imagen empresarial:* la empresa EFAMP entre sus prioridades está el posicionamiento y reconocimiento de la marca, pretendiendo que las técnicas de comunicación y el voz a voz sea un canal fundamental para el desarrollo de este punto. También realizando eventos que den a conocer el buen nombre y la imagen que pretendemos posicionar.
- *Estrategia de personal y calidad:* dentro de las políticas internas de la empresa se encontrará elementos como: personal calificado, remuneraciones, tecnología, calidad en planta, calidad en servicio, seguimiento y monitoreo



8. ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio comprende algunos aspectos indispensables como la macro y micro localización del proyecto, el tamaño, los presupuestos laborales de acondicionamiento, distribución de la planta física, además involucra aspectos administrativos básicos y valoración económica tanto como la inversión como para el funcionamiento y operación del plan de negocios”³⁵.

8.1 LOCALIZACIÓN

8.1.1 Macro localización. La Escuela de Formación Artística y Musical Especializada en la Enseñanza- Aprendizaje de Géneros Urbanos (EFAMP) estará ubicado en el Departamento de Nariño, Municipio de Pasto.

8.1.2 Micro localización. La Escuela de Formación Artística y Musical Especializada en la Enseñanza- Aprendizaje de Géneros Urbanos (EFAMP), en la zona residencial del Norte de la ciudad, la cual comprende un sector comercial de estratos 3, 4 y 5, privilegiado por su desarrollo y excelentes vías de acceso, además de contar con todos los servicios públicos (energía eléctrica, acueducto y alcantarillado, servicio de aseo, telefonía, gas e internet), lo cual permite el buen funcionamiento del establecimiento educativo.

¿QUÉ ES EL P.O.T.? Plan De Ordenamiento Territorial: El Plan de Ordenamiento Territorial es un instrumento técnico y normativo para ordenar el territorio municipal. Comprende el conjunto de objetivos, directrices, políticas, estrategias, metas, programas, actuaciones y normas, destinadas a orientar y administrar el desarrollo físico del territorio y la utilización del suelo. Ley 388 / 1997.

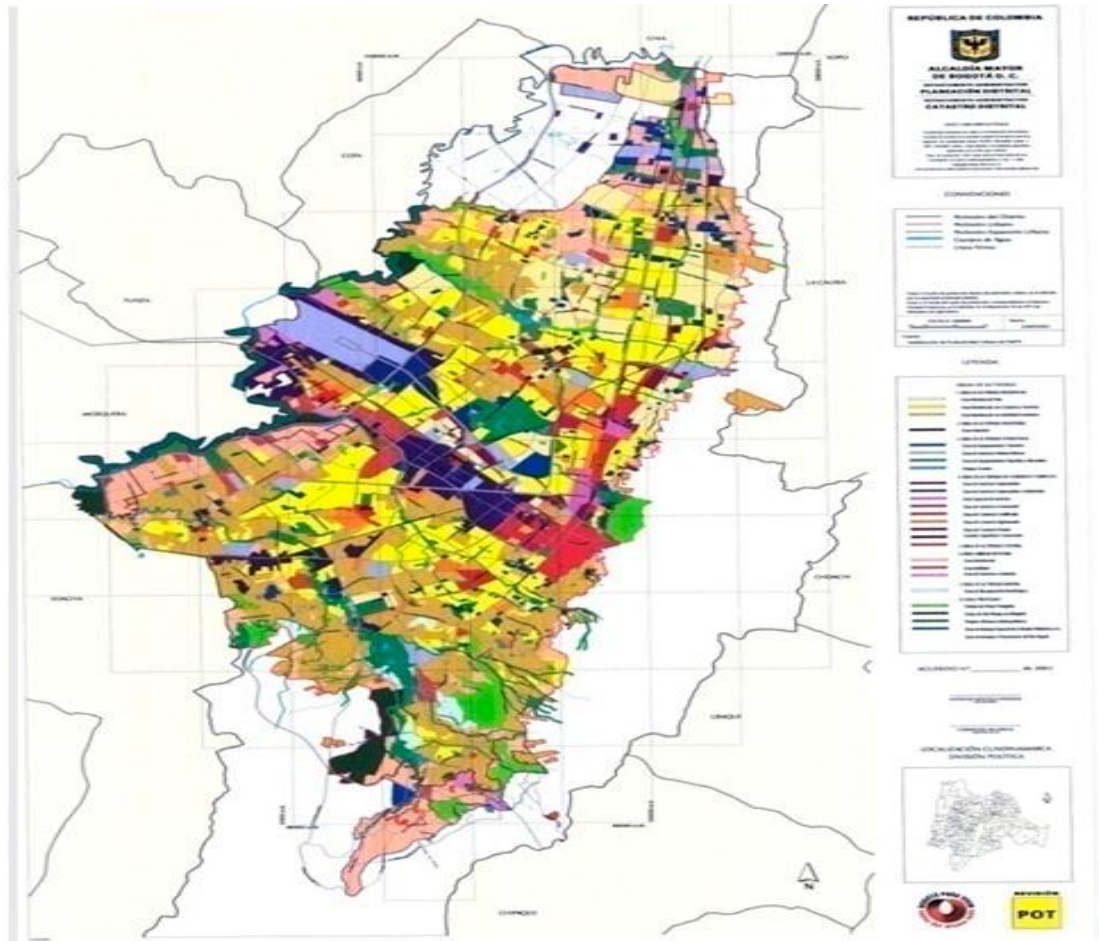
PRINCIPIOS de Ley 388/1997

La función social y ecológica de la propiedad: La propiedad es un derecho consagrado en la constitución colombiana, pero tiene límites; las dimensiones social y ecológica están por encima de las decisiones sobre el territorio.

La prevalencia del interés general sobre el particular: Las decisiones del ordenamiento territorial determinan las mejores condiciones para el desarrollo colectivo por encima del interés particular.

³⁵ CONTRERAS, Marco Elías. Formulación y evaluación de proyectos. p. 139.

Figura 3. Plan de Ordenamiento Territorial



Fuente: Plan de ordenamiento territorial. Pasto, territorio con-sentido 2014-2027

Sistema de espacio público: El modelo reconoce en las condiciones naturales y antrópicas presentes en el territorio como áreas de oportunidad para la conectividad entre los espacios públicos existentes y propuestos, asegurando la continuidad de corredores y procesos ecológicos en el medio rural y urbano. Tales procesos se fortalecen mediante la priorización del espacio público verde, el cual permite la recarga del nivel freático del suelo incrementando la producción de oxígeno, mejorando las condiciones de habitabilidad de la población, el medio natural y evite la impermeabilización del territorio.

Aumentar el índice de Espacio público de 2,3 mt² a 7,8 mts² por habitante Plano: Sistema de Espacio Público / Fuente: SIG-POT 2014-2027³⁶.

³⁶ AGUIRRE A, Ángela. Final Trabajo POT Pasto. (08 de Abril de 2003). Pasto. (en línea).



Por las condiciones y características de nuestro proyecto y siguiendo los parámetros exigidos por el plan de ordenamiento territorial de nuestra ciudad. Nuestras locaciones y adecuaciones se realizarán con los permisos establecidos por la alcaldía municipal.

Los eventos y campañas publicitarias se realizan bajo los parámetros y leyes exigidas por la alcaldía sin perturbar a la comunidad ni excediendo los límites de ruido permitidos, según el estudio del POT existen zonas llamadas azules donde podemos desarrollar eventos ya sea de tipo publicitario o promocional.

8.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño La Escuela de Formación Artística y Musical Especializada en la Enseñanza- Aprendizaje de Géneros Urbanos (EFAMP) está definido por unas instalaciones locativas comprendidas en 2 salas, y 5 aulas de música y distribuidas de la siguiente manera, de acuerdo con la modalidad de música urbana que se va a implementar en la institución:

- Sala de recepción.
- Oficina de dirección y administrativos.
- Aula de instrumento principal Vientos (bronces y maderas).
- Aula de piano, guitarra y bajo.
- Aula de percusión latina.
- Aula de coro y ensamble instrumental.
- Aula de audiovisuales para teoría y gramática música.

Lo mencionado anteriormente es necesario para el buen desarrollo y funcionamiento de la prestación del servicio educativo de la escuela de formación musical, cada uno de estos espacios tiene funciones y características que garantizan el adecuado desarrollo de las actividades académicas y artísticas que se lleva a cabo dentro de la EFAMP.

8.2.1 Físico

8.2.1.1 Presupuesto Labores de acondicionamiento acústico. Para un establecimiento educativo de este tipo es necesario acondicionar de manera, profesional, la insonorización. En primer lugar, porque no molesta a otra habitaciones, locales o casa vecinas, al mantener el sonido dentro de las locaciones. Y, en segundo

es.scribd.com (consultada: 14 de Marzo de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <https://es.scribd.com/document/342538859/Final-Trabajo-POT-Pasto>



lugar, sobre todo, para que la música que se interprete dentro de los procesos de aprendizaje suene limpia, no tenga reverberación, eco o ruidos que puedan interferir los resultados del proceso de enseñanza.

Tabla 2. Estructura de insonorización 5 Aulas de 3,5 X 3,5 m²

Descripción	Cant.	Vr. Unitario	Vr. Total
Obras Físicas			
Espuma	90	45.000	4.050.000
Panel yeso	54	19.000	1.026.000
Estructura metálica	1	513.000	513.000
Alfombra	1	200.000	200.000
Adecuaciones mano de obra	1	400.000	400.000
TOTAL			\$ 6.189.000

8.2.1.2 Presupuesto para de dotación de equipos de audio y video

Tabla 3. Presupuesto para de dotación de equipos de audio y video

Cant.	Descripción	Justificación	Vr. Unit.	Vr. Total
2	Computador Clone Amd Athlon li X2 3.4ghz (2 Núcleos)	Necesario para el funcionamiento de la parte administrativa de la empresa	690.000	1.380.000
4	Micrófono SHURE BETA98H/C	Necesario para el aula de ensamble instrumental y coro.	546.333	2.185.532
2	Studiophile DSM2 - Monitor de referencia profesional de campo cercano de 8" de alta resolución con DSP, Bi-amplificado 180W clase D		1.394.663	2.789.326
4	RSM180BK - marca PROEL - Base para micrófono con Boom color negro		52.772	211.088
4	DH120LU5 - marca PROEL - extensión para instrumentos de 5 mts plug 6,3mm x plug 6,3mm en "I", contactos con baño de oro de 24		25.888	103.552
4	DH24LU10 - marca PROEL - extensión para micrófono de 10 mts, conector XLR macho a XLR hembra		77.664.00	310.656.00
1	Amplificador Combo Para Bajo Kb12 500w Hartke		1.706.900	1.706.900



1	Peavey Amplificador De Teclado, 100w	Necesario para el aula de ensamble instrumental y coro.	1.351.000	1.351.000
1	Amplificador Digital Marshall para guitarra N25 De 75w Con Bluetooth		1.203.799	1.203.799
1	VIDEO BEAM	Necesario para el funcionamiento de la Escuela de Música	3.675.000	3.675.000
1	SISTEMA DE SONIDO HK LUCAS PERFORMER 900W	Necesario para el funcionamiento de las agrupaciones de la Escuela de música	7.350.000	7.350.000
1	TV LED 46P (116.6 CM) Smart TV Full HD SAMSUNG	Necesario para el funcionamiento de la Escuela de Música	1.429.930	1.429.930
TOTAL			\$22.316.583	

8.2.1.3 Presupuesto para dotación de instrumentos musicales

Tabla 4. Presupuesto para dotación de instrumentos musicales

Cant.	Descripción	Justificación	Vr. Unitario	Vr. Total
1	Guitarra Ibanez Prestige Rg2550mz	Necesario para el funcionamiento de las agrupaciones de la Escuela de música	1.800.000	1.800.000
1	Bajo Eléctrico Ibanez Gio 505		2.000.000	2.000.000
1	Teclado Sintetizador Korg Kross 61		2.206.900	2.206.900
1	Congas Lp Aspire Nuevas Originales + Base		1.729.900	1.729.900
1	Bongo Lp Matador Original		350.000	350.000
1	Tambora Dominicana Latin Percussion Lp271-Wd		900.000	900.000
1	Batería Acústica Mapex Prodigy Nuevas Con Silla Y Plátillos		1.600.000	1.600.000
TOTAL			\$ 10,586,800	



8.2.1.4 Presupuesto para dotación de muebles y enseres de la institución.

Tabla 5. Presupuesto para dotación de muebles y enseres de la institución.

Cant.	Descripción	Justificación	Vr. Unitario	Vr. Total
15	Escritorios universitarios		150.000	2,250,000
5	Escritorio 2 Cajones 110x58x76 Negro		200.000	1.000.000
1	Escritorios ejecutivo más silla	Necesario para el funcionamiento de las agrupaciones de la Escuela de música.	1.500.000	1.500.000
1	Mesa De Juntas Elíptica Con 6 Sillas Ejecutivas En Malla		1.000.000	1.000.000
1	Escritorios recepción		388.000	388.000
1	Archivador Metálico 4 Gavetas 10334		588.000	588.000.
30	Sillas ergonómicas		179.000	5.370.000
5	Tablero acrílico		80.000	400.000
TOTAL				\$12.496.000

A continuación, se muestra un resumen de la inversión necesaria del estudio técnico:

Tabla 6. Inversión estudio técnico

INVERSIÓN	PRESUPUESTO
Acondicionamiento acústico	6.045.500
Equipos de audio y video	22.316.583
Instrumentos musicales	10.586.800
Muebles y enseres	12.496.000
TOTAL	\$ 51.444.883

El presupuesto se realizó en base a cotizaciones vía telefónica, y páginas web en donde se establecen valores reales de cada uno de los productos, muebles enseres e instrumentos musicales que serán parte de la organización y que garantizan el buen funcionamiento de la misma.





La inversión se realizará por aportes económicos por los socios y propietarios de la empresa, gestión de proyectos con el Ministerio de Cultura, convenios con alcaldías municipales e instituciones educativas.

8.3 INGENIERIA DE PROCESO

8.3.1 Estudio de Procesos.

8.3.1.1 Procedimiento de Selección de Integrantes de la Escuela de formación artística y musical en el municipio de Pasto.

Tabla 7. Diagrama de procesos

Pasos No.	Símbolos				Descripción del procedimiento	Responsable – relación
						
1		X			A partir de la solicitud hecha por correo electrónico, personalmente o por vía telefónica, se deben evaluar los datos del solicitante para determinar su estado de inscripción y perfil instrumental.	Asistente de Dirección - Aspirante
2		X			Se debe agendar una cita para realizar una prueba diagnóstica, y de ingreso del aspirante.	Asistente de Dirección – Aspirante
3		X			Si el aspirante nunca ha recibido educación musical la prueba diagnóstica se realiza de manera individual y cada aspirante se evalúa por dos docentes de la Escuela de Música. Si el solicitante posee habilidades con un instrumento deberá ser evaluado de forma individual y presentará una audición a través de interpretación de una o más piezas musicales de acuerdo con el nivel.	Docentes Escuela de Música - Solicitante
4	X				Las audiciones se realizan de manera individual. Cada estudiante es evaluado por dos docentes de la Escuela de Música quienes solicitan una prueba de conocimientos teóricos e interpretativos.	Docentes Escuela de Música - Aspirante
5					Selección del instrumento principal	Docentes Escuela de Música - Aspirante
6		X			Los estudiantes que cumplan con los requisitos y las pruebas de ingreso serán incluidos en una lista de admitidos a la Escuela de Música. En caso de que el Admitido sea menor de edad el padre afiliado deberá diligenciar formato de inscripción de la Escuela de Música.	Asistente de Dirección
					Diligenciar formato de Inscripción	
7		X			Entrega de formato de consignación con número de cuenta de EFAMP,	Asistente de Dirección- Dirección



					valor de la matrícula, de acuerdo con la categoría (horas o cursos completos).	
8		X			El estudiante deberá traer copia del recibo de consignación.	Aspirante admitido
9				X	Diligenciar un formato de matrícula.	Aspirante admitido-asistente de dirección
10		X			Creación de carpeta de información para el admitido (carpeta en medio magnética y física) donde se archivará el documento de inscripción, matrícula y diferentes elementos de papelería e información pertinente de cada uno de los admitidos.	Asistente de Dirección- Dirección

8.4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA FÍSICA

En cuanto a las instalaciones se debe contar con unas locaciones agradables y con una buena distribución de su infraestructura. El área propuesta para la escuela de música está distribuida de la siguiente manera, además debe cumplir con unas condiciones de insonoridad y unas normas establecidas para el buen desempeño académico de su personal docente y estudiantil.

Tabla 8. Aula de instrumento principal Vientos (bronces y maderas)

Capacidad del Aula por Clase:	6 estudiantes
Enseres y Equipos: 1 escritorio 1 tablero acrílico 7 sillas ergonómicas Paneles de insonorización	12.25 m2
Objetivo Aula: Este espacio debe estar dedicado al desarrollo de las clases del programa del curso de interpretación de instrumentos de viento.	
Horario:	
<ul style="list-style-type: none"> • Durante el horario mañana (8 am - 12 m.), se utilizará para el programa de Música cuyos beneficiarios son los estudiantes de instituciones educativas con jornada de la tarde. • Durante el horario vespertino (2:30 - 5:50 p.m.), se utilizará para el programa de Música cuyos beneficiarios son los estudiantes de instituciones educativas con jornada de la mañana. • A partir de las 6:00 p.m. hasta las 8:00 p.m. se utilizará para la formación instrumental para personas adultas. 	



Tabla 9. Aula de piano, guitarra y bajo

Capacidad del Aula por Clase:	6 estudiantes
Enseres y Equipos: 1 escritorio 2 escritorios universitarios 1 tablero acrílico 7 sillas ergonómicas Paneles de insonorización	12.25 m2
Objetivo Aula: Este espacio debe estar dedicado al desarrollo de las clases del programa del curso interpretación de piano, bajo y guitarra con enfoque a la música urbana. Cada estudiante deberá portar su instrumento propio y amplificador en caso de que lo necesite.	
Horario: <ul style="list-style-type: none"> • Durante el horario mañana (8 am - 12 m.), se utilizará para el programa de Música cuyos beneficiarios son los estudiantes de instituciones educativas con jornada de la tarde. • Durante el horario vespertino (2:30 - 5:50 p.m.), se utilizará para el programa de Música cuyos beneficiarios son los estudiantes de instituciones educativas con jornada de la mañana. • A partir de las 6:00 p.m. hasta las 8:00 p.m. se utilizará para la formación instrumental para personas adultas. 	

Tabla 10. Aula de Aula de percusión latina

Capacidad del Aula por Clase:	6 estudiantes
Enseres y Equipos: 1 escritorio 3 pupitres universitarios 1 tablero acrílico 7 sillas ergonómicas. 1 batería acústica 1 par de bongos 1 par de congas. 1.tambora dominicana Elementos de percusión menor Paneles de insonorización	12.25 m2
Objetivo Aula: Este espacio debe estar dedicado al desarrollo de las clases del programa del curso interpretación de percusión latina. Cada estudiante deberá portar su instrumento, dependiendo del curso taller en formación.	



<p>Horario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durante el horario mañana (8 am - 12 m.), se utilizará para el programa de Música cuyos beneficiarios son los estudiantes de instituciones educativas con jornada de la tarde. • Durante el horario vespertino (2:30 - 5:50 p.m.), se utilizará para el programa de Música cuyos beneficiarios son los estudiantes de instituciones educativas con jornada de la mañana. • A partir de las 6:00 p.m. hasta las 8:00 p.m. se utilizará para la formación instrumental para personas adultas.
--

Tabla 11. Aula de coro y ensamble instrumental

Capacidad del Aula por Clase:	12 estudiantes
<p>Enseres y Equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 escritorio 1 tablero acrílico 13 sillas ergonómicas. 1 batería acústica 1 par de bongos 1 par de congas. 1 tambora dominicana 1 equipo de amplificación de voces 1 amplificador de piano 1 amplificador de bajo 1 amplificador de guitarra Paneles de insonorización 	16 m ²
<p>Objetivo Aula: Este espacio debe estar dedicado al desarrollo de las clases del programa del curso interpretación de percusión latina. Cada estudiante deberá portar su instrumento, dependiendo del curso taller en formación.</p>	
<p>Horario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durante el horario mañana (8 am - 12 m.), se utilizará para el programa de Música cuyos beneficiarios son los estudiantes de instituciones educativas con jornada de la tarde. • Durante el horario vespertino (2:30 - 5:50 p.m.), se utilizará para el programa de Música cuyos beneficiarios son los estudiantes de instituciones educativas con jornada de la mañana. • A partir de las 6:00 p.m. hasta las 8:00 p.m. se utilizará para la formación instrumental para personas adultas. 	



Tabla 12. Aula de audiovisuales para teoría y gramática música

Capacidad del Aula por Clase:	8 Estudiantes
Enseres y Equipos: 1 escritorio 1 silla ergonómica 1 tablero acrílico 3 escritorios universitarios 1 video beam 1 televisor Paneles de insonorización	12.25 m2
Objetivo Aula: Este espacio debe estar dedicado al desarrollo de las clases del programa del curso de áreas teóricas.	
Horario: <ul style="list-style-type: none">• Durante el horario mañana (8 am - 12 m.), se utilizará para el programa de Música cuyos beneficiarios son los estudiantes de instituciones educativas con jornada de la tarde.• Durante el horario vespertino (2:30 - 5:50 p.m.), se utilizará para el programa de Música cuyos beneficiarios son los estudiantes de instituciones educativas con jornada de la mañana.	

- Oficina de dirección: lugar destinado a llevar todos los procesos administrativos, de coordinación académica y sala de juntas.
- Sala de recepción: es el lugar en donde se atenderá las necesidades, preguntas y orientación a los usuarios y futuros clientes de la escuela de música.
- Baños: Los baños son el lugar destinados a las necesidades fisiológicas, los cuales deben estar apartados por género y contar con un lavamanos, papelera, jabón de manos, papel higiénico y toallas de papel para manos.



9. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Dentro de este estudio se tiene en cuenta los aspectos administrativos como son; la parte jurídica y legal para su creación y funcionamiento, la planeación estratégica que conduce al cumplimiento de sus objetivos y su estructura organizacional.

La creación de un nuevo establecimiento educativo privado exige el cumplimiento de unas condiciones mínimas, que son requisito para que la secretaría de educación autorice su apertura y operación, mediante la expedición de una Licencia de Funcionamiento. Este requisito es un acto administrativo de reconocimiento oficial por medio del cual la Secretaría de Educación autoriza la apertura y operación en su entidad territorial.

La licencia de funcionamiento es el permiso estatal otorgado al particular para que una de sus funciones, como es la prestación del servicio público educativo, pueda ser cumplida por éste, sin detrimento de las finalidades del servicio, de la formación integral de los educandos y de la equidad, eficiencia y calidad de la educación. Este permiso significa que el Estado, como garante de la comunidad, da certeza de que el particular asume el compromiso de participar en la prestación del servicio público educativo y ofrece las garantías y condiciones esenciales de pedagogía, administración, financiación, infraestructura y dotación requeridos para desarrollar procesos educativos eficientes y de calidad.

Para reglamentar la expedición de licencias de funcionamiento, el Ministerio de Educación Nacional emitió el Decreto 3433 de septiembre 12 de 2008 que establece tres modalidades de la licencia³⁷:

- Definitiva, cuando quien va a abrir el colegio ha presentado todos los requisitos exigidos. Se expide por tiempo indefinido.
- Condicional, cuando el interesado ha presentado todos los requisitos excepto el concepto sanitario o el permiso de ocupación. Se expide por cuatro años, y se prorroga por periodos de un año, a solicitud del particular, si éste demuestra haber hecho las gestiones para obtenerlas
- Provisional: esta licencia no permite operar, pero es un aval al proyecto educativo, cuando el particular todavía no tiene licencia de construcción. Una vez obtenida, puede iniciar las gestiones de licencia, compra, adecuación o arriendo de la edificación en que funcionará:

³⁷ COLOMBIA Ministerio de Educación Nacional. (08 de Abril de 2003). Bogotá, D.C. (en línea). [mineduacion.gov.co](https://www.mineduacion.gov.co) (consultada: 14 de Marzo de 2018). Disponible en la dirección electrónica: https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-172427_archivo_pdf.pdf



- Definitiva, cuando quien va a abrir el colegio ha presentado todos los requisitos exigidos. Se expide por tiempo indefinido.
- Condicional, cuando el interesado ha presentado todos los requisitos excepto el concepto sanitario o el permiso de ocupación. Se expide por cuatro años, y se prorroga por periodos de un año, a solicitud del particular, si éste demuestra haber hecho las gestiones para obtenerlas
- Provisional: esta licencia no permite operar, pero es un aval al proyecto educativo, cuando el particular todavía no tiene licencia de construcción. Una vez obtenida, puede iniciar las gestiones de licencia, compra, adecuación o arriendo de la edificación en que funcionará.

La escuela de formación artística y musical de San Juan de Pasto se constituirá como empresa de persona natural, dado a los beneficios que esto lleva consigo, en cuanto que se está asumiendo a título personal todas las obligaciones de la empresa, esto implica las responsabilidades y garantías con todo el patrimonio (los bienes, las deudas u obligaciones serán asumidas en conformidad por los socios y propietarios)

9.1 REQUISITOS PARA CONSOLIDARSE COMO EMPRESA EN MODALIDAD DE PERSONA NATURAL:

- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios disponibles en las sedes de la CCB.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) 2018
- Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural)

9.2 PLATAFORMA ESTRATÉGICA

Misión

La ESCUELA PARA FORMACION ARTISITCA Y MUSICAL ESPECIALIZADA EN LA ENSEÑANZA- APRENDIZAJE DE GENEROS URBANOS EN EL MUNICIPIO DE PASTO “EFAMP” tienen como objeto iniciar y fortalecer procesos educativos, artísticos musicales en músicas urbanas, los cuales serán ofrecido por docentes con un alto desempeño profesional y ético, bajos los principios de eficiencia, eficacia y efectividad. Nuestra escuela está dirigida a la comunidad en general para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros músicos y educandos que requieran del servicio a nivel local y regional, cumpliendo con los criterios institucionales de Proyección Social con el propósito de capacitar y contribuir al desarrollo social y cultural del municipio de Pasto. Sujeta a control de un director, las instancias correspondientes a la Subsecretaria de Cultura y Ecoturismo y demás dependencias que lo requieran.



Visión

Para el 2021 LA ESCUELA PARA FORMACION ARTISTICA Y MUSICAL ESPECIALIZADA EN LA ENSEÑANZA- APRENDIZAJE DE GENEROS URBANOS DEL MUNICIPIO DE PASTO “EFAMP” será reconocida en el sur occidente colombiano como una institución de formación musical de alto prestigio académico, que contribuye al desarrollo cultural y social de la región.

Objetivos Estratégicos

- Crear una estructura académica administrativa altamente efectiva al servicio del cumplimiento de la misión y visión de la escuela de formación artística para fortalecer los géneros de música Urbana.
- Fortalecer las competencias académicas musicales de nuestra escuela, con el fin de mejorar el nivel musical de los diferentes formatos de música urbana.
- Apoyar el emprendimiento musical de los músicos pastusos para la formación de nuevas agrupaciones musicales que pertenezcan al formato de músicas urbanas.
- Formar músicos competentes tanto en su quehacer artístico como en su desarrollo como persona íntegra.

Valores

- Responsabilidad
- Integridad
- Compromiso
- Respeto

Política

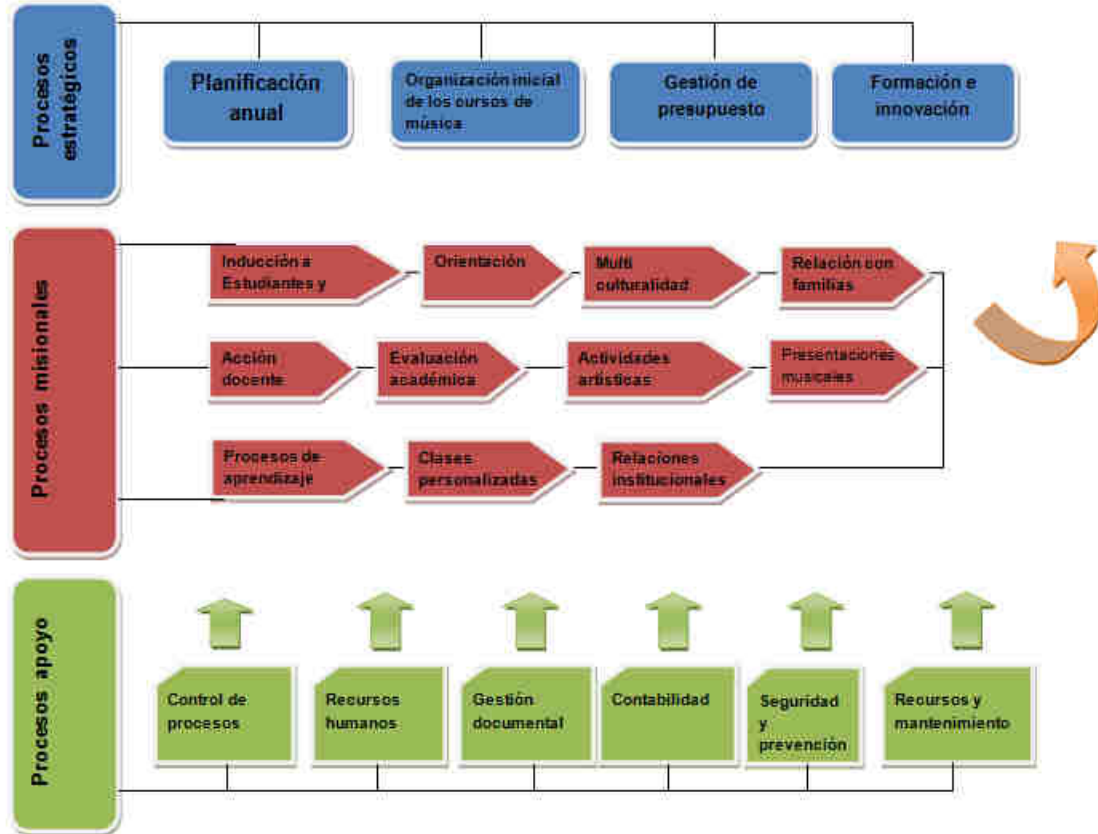
Se basa en la “Calidad en la formación musical” entendida de tal manera que: cada uno de los niños y jóvenes que ingresen a la escuela de formación artística del municipio de Pasto “EFAMP” encuentren en ella la satisfacción plena de sus intereses y necesidades dentro de su formación musical, de igual manera garantizar permanencia desde el inicio hasta el final del proceso.

9.3 PROCESOS CLAVES

Son el conjunto de métodos que permiten darle valor a la prestación del servicio educativo en la escuela de formación artística y musical, los procesos estratégicos, misionales y de apoyo, que además evalúen el impacto que genera en el cliente y los usuarios.

- Mapa de procesos

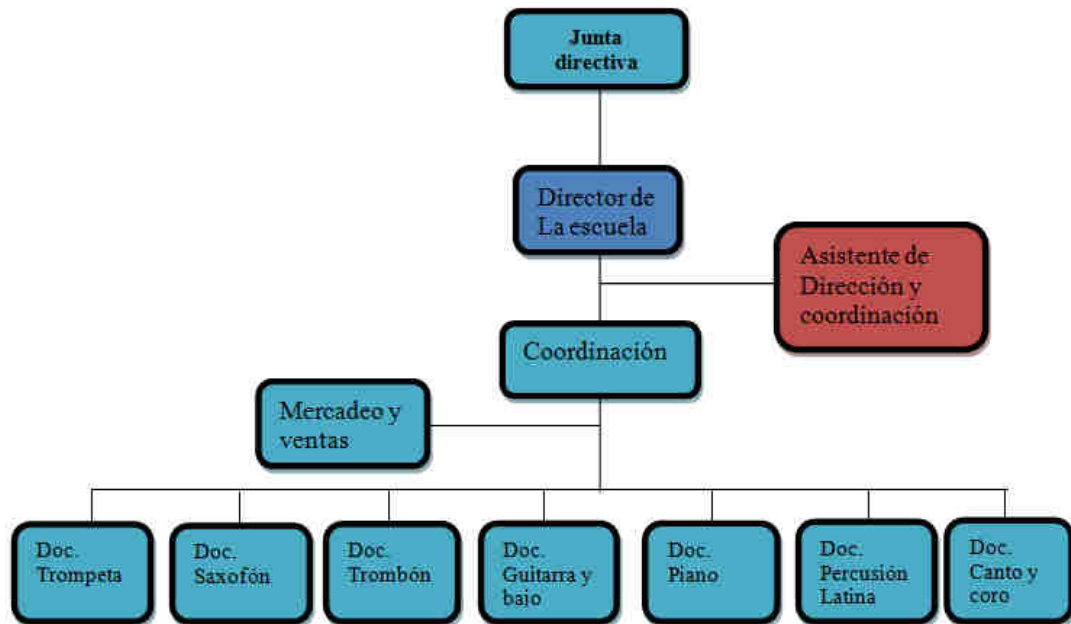
Figura 4. Mapa de procesos



PROHIBIDO

- Organigrama

Figura 5. Mapa de procesos



9.4 MANUAL DE FUNCIONES

Nombre del Cargo: Director Administrativo

Área: Administrativa

Perfil del Personal: Profesional en áreas Administrativas y contables conocimientos en Marketing y finanzas.

- Realizar el Reglamento interno y manual de funcionamiento, en el cual establezca sus funciones y alcances.
- Elaborar un organigrama del EFAMP.
- Regular los usos de la infraestructura, materiales e instrumentos donde señale claramente principios básicos del comportamiento de todos los usuarios e integrantes.
- Construir los derechos y deberes de los integrantes y padres de familia
- Representar a la EFAMP.
- Presentar un cronograma de actividades y coordinar su realización durante la vigencia 2015.
- Elaborar un plan de trabajo de la EFAMP.
- Distribuir funciones a los Docentes.



- Orientar a los Maestros en su trabajo como Docente.
- Gestionar mediante proyectos, recursos y dotación ante el Ministerio de Cultura, Gobernación o entidades de apoyo cultural nacional e internacional.
- Coordinar la utilización eficiente de recursos financieros, físicos y materiales de EFAMP.

Nombre del Cargo: Coordinador

Área: Administrativa

Perfil del Personal: Profesional en áreas Administrativas y contables conocimientos en Marketing, finanzas y talento humano.

- Supervisar a los Maestros en el Desarrollo de su trabajo.
- Organizar y dotar la Biblioteca de partituras y arreglos musicales.
- Preparar y enviar informes mensuales a dirección.
- Colaborar efectivamente con la Administración general, en el desarrollo de las actividades programadas, previa solicitud.
- Participar juntamente con su personal docente y alumnos en el desarrollo de todos los eventos programados por la Administración Municipal de Ipiales.
- Llevar un control sistemático de las inasistencias de profesores y alumnos y reportarlas al informe mensual.
- Velar porque se cumplan el reglamento interno de la EFAMP.

Nombre del Cargo: Asistente de Dirección y Coordinación

Área: Administrativa

Perfil del Personal: Profesional en áreas Administrativas y contables conocimientos en Marketing

- Contestar correspondencia y llevar control de la misma tanto de entrada como salida.
- Legalizar documentos de los alumnos para la inscripción respectiva.
- Elaborar un informe anual de los maestros, en base a lo observado, a los resultados de rendimiento de los alumnos y a la calidad y cantidad de las actividades realizadas.
- Organizar y coordinar reuniones generales con los padres de familia.
- Fomentar la armonía entre el personal docente y ser el mejor ejemplo de ello.
- Fomentar entre el personal docente, excelente conducta tanto pública como privada.
- Cumplir en forma eficiente y oportuna con el objeto del contrato señalado en el presente documento.
- Comunicar permanentemente al supervisor sobre el desarrollo del su contrato.



- Prestar el servicio en forma eficiente utilizando los conocimientos, idoneidad y experiencia ofrecidas para el desarrollo del objeto contractual.
- Cumplir en forma eficiente y oportuna los trabajos encomendados y aquellas obligaciones que se generen de acuerdo con la naturaleza del contrato.
- Afiliarse y cotizar al sistema de seguridad social integral en salud y pensiones, tal como lo indica la Ley 100 de 1993 y Ley 1122 de 2007.
- Las demás contenidas en el artículo 5 de la ley 80 de 1993.

Nombre del Cargo: Docente

Área: Operativa

Perfil del Personal: Profesional en áreas del conocimiento musical

- Desarrollo de clases magistrales de *audio-perceptiva* en el curso asignado para el periodo escolar, siguiendo los lineamientos del modelo pedagógico de la EFAMP.
- Impartir enseñanza de técnicas e interpretación de un instrumento musical a los estudiantes seleccionados de acuerdo a su nivel y habilidades identificadas.
- Ser músico instrumentista especializado en un área o instrumento en específico y con experiencia profesional pedagógica.
- Responder de manera responsable por los instrumentos, atriles, partituras y elementos de trabajo que le sean asignados, de manera que si se presentan daños o pérdidas de alguno de esto deberá correr con los gastos que la situación amerite para recuperar y solucionar los problemas ocasionados en el material.
- Utilizar adecuadamente los periodos de tiempo durante la jornada matutina para la preparación de clases, calificación de actividades con los estudiantes, estudio personal de instrumento, entre otros, evitando emplearlo para actividades por fuera de sus funciones laborales.

Nombre del Cargo: Gerente de Mercadeo

Área: Operativa

Perfil del Personal: Profesional en áreas del conocimiento musical

- Definir un plan estratégico de Marketing, acorde con los objetivos empresariales.
- Establecer un modelo de evaluación en coordinación con la Gerencia de Ventas, que permita conocer el avance y los resultados de las ventas.
- Estudiar las Tendencias Tecnológicas como Soporte a nuevos Mercados de Servicio en los que pueda participar la Empresa.



- Realizar planes estratégicos de mercadeo, que permitan modificaciones y adaptaciones para operar en diferentes ambientes.
- Analizar y determinar la Rentabilidad de los diferentes Servicios que presta y/o prestará la Empresa.
- Formular e implementar políticas, que orienten los estudios de Mercado, Promoción y labor Publicitaria de los servicios que brinda o brindará la Empresa.
- Elaborar y dar seguimiento a los planes de Comercialización de los Servicios actuales y futuros que proporcionara la Empresa.
- Publicitar y Promocionar los diferentes servicios que presta o prestara la empresa.
- Identificar, analizar y aplicar alternativas para penetración y desarrollo de Mercados mediante la introducción de nuevos Servicios y la utilización de la Red existente.
- Definir Estrategias de Comercialización

ESTRUCTURA CURRICULAR EFAMP

Competencias musicales Básicas que se desarrollarán dentro de la Escuela de Formación Artística EFAMP

Denominamos competencias musicales a las capacidades interpretativas, auditivas, creativas y musicológicas que garantizan que un niño o joven sea competente.

Las competencias básicas específicas de la educación musical obligatoria o “competencias musicales básicas” se extraen de los cuatro bloques de contenidos del área en los que se estructura nuestro currículo.

No debemos confundir las competencias musicales específicas con las competencias culturales y artísticas, una de las competencias básicas y en la que, lógicamente tenemos una incidencia particular pero no exclusiva.

Las competencias musicales específicas que los y las estudiantes deberían alcanzar a lo largo de la educación musical serían, como detalla José Luis Zaragoza (2009: 65)³⁸.

Competente en la expresión musical será aquella persona que sepa cantar, formando parte de una agrupación o en solitario, que baile o al menos sincronice el movimiento con otros intérpretes, y sepa utilizar un instrumento musical para

³⁸ ZARAGOZÀ, J.L. Didáctica de la música en la educación secundaria. Competencias docentes y aprendizaje. Barcelona: 2009, p. 3.



interpretar melodías o acompañamientos con un dominio técnico aceptable, ya sea leyendo partituras (convencionales o no convencionales) o interpretando “de oído”.

La competencia creativa a través del uso de materiales diversos para crear música, desde instrumentos tradicionales a tecnológicos. Zaragoza especifica que estas competencias aluden tanto a la música como fin en sí misma como a la que forma parte de un proyecto interdisciplinar.

La competencia perceptiva se alcanza la capacidad de experimentar conscientemente diferentes niveles de percepción musical, “desde el puramente sensorial (música de fondo), pasando por la escucha emocional (evocación de imágenes, pensamientos, sentimientos o audición sinestésica que puede suscitar la música) o la escucha analítica (comprensión del discurso musical)”.

Según Zaragoza, un buen *escuchador* sabe que su habilidad le exige una actitud activa ante la música y un conocimiento de los diversos contextos en los que puede darse la percepción musical. El autoconocimiento de las prestaciones cognitivas propias le permitirá activar los procesos atencionales necesarios para extraer la máxima información y satisfacción del acto de escuchar, adaptándose a las circunstancias del formato dado.

Competencia musicológica es la capacidad de conceptualizar la terminología musical, identificando, comprendiendo, relacionando y transfiriendo todos aquellos conocimientos declarativos que constituyen los materiales que utiliza el discurso musical. “¿Qué podemos hacer con la música además de escucharla, interpretarla o crearla? Hablar de ella, de lo que nos sugiere y nos emociona, de su significado, de su estilo de su estructura, de su función “de todo aquello de la música que las palabras pueden expresar.” Zaragoza (2009:76) Las palabras denotan los conocimientos que poseemos.

Por último, con los aprendizajes de las actitudes y valores sociales que promueve la educación musical incidimos en la **competencia instrumental o axiológica**. “Es la capacidad de tomar conciencia de las posibilidades de transferencia que desarrolla la escucha y la práctica musical respecto a las habilidades del pensamiento global y secuencial y otras habilidades cognitivas descritas anteriormente”.

En la elaboración de las unidades didácticas transformaremos estas competencias musicales en competencias operativas buscando adaptarlas a tareas concretas. De acuerdo a la estructura musical académica y curricular de la EFAMP, cada docente deberá presentar un plan de estudios de cada una de las asignaturas a su cargo.

Asignaturas:

- Gramática y lenguaje musical.



- Instrumento principal.
- Canto y técnica vocal.
- Armonía y arreglos, para músicas urbanas.
- Practica instrumental conjunta.

PROHIBIDA SU COPIA



10. ESTUDIO FINANCIERO

El presente capítulo tiene por objetivo hacer una presentación amplia y rigurosa de cada uno de los elementos que participan en la estructura financiera del proyecto, las inversiones necesarias para poner en funcionamiento, los costos en que se incurren, y los ingresos proyectados a cada uno de los periodos que comprometen el horizonte del proyecto³⁹.

Como resultado de la identificación y los estudios previos (mercado, técnicos, jurídico e institucional etc.) se propone un modelo financiero, que permita analizar la conveniencia o no de la propuesta, ya sea desde el punto de vista privado o desde la órbita económica social.

Las previsiones en precios corrientes, que incorporan los efectos de inflación, son de notable utilidad para ofrecer un esquema real de la situación financiera efectiva de una propuesta de inversión en cualquier periodo, sin embargo tales previsiones no presentan una situación confiable de la verdadera rentabilidad financiera del proyecto, dado que la inflación puede mejorar artificialmente su bondad al aumentar los ingresos y costos futuros en comparación con el costo de las erogaciones actuales; expresando de otra manera, los costos de capital actuales se recuperan con dinero futuro menos valioso. La inflación que se presenta durante el horizonte del proyecto afecta en forma sustancial su rentabilidad financiera, ya que incide en el monto de los presupuestos de inversiones, en la necesidad de capital de trabajo, en los costos de producción y ventas, por lo tanto, se debe tener en cuenta en la interpretación de los resultados de la rentabilidad del proyecto.

El impacto de la inflación sobre los montos de inversión es especialmente significativo en el caso de proyectos con periodos de ejecución (instalación) que se prolongan a lo largo de varios años; con el fin de ajustar los planes financieros a la inflación prevista, la estimación de los desembolsos anuales para atender la inversión se debe calcular en forma acumulativa aplicando un índice de inflación estimado con base en su comportamiento histórico, es claro que el problema de diferenciar precios constantes de corrientes y el dilema de su utilización desaparece, en la medida en que los índices de inflación en una economía tiendan a la baja y se acerquen a un valor nulo.

Si se quiere tener un diagnóstico financiero real del proyecto en su seguimiento para efectos de control, especialmente en el periodo de instalación o ejecución, se recomienda la utilización de precios corrientes, aplicando tasas diferenciales de inflación a los componentes de las inversiones, los costos de producción y ventas,

³⁹ MOKATE, Karen Marie. Evaluación financiera de proyectos de investigación. Universidad de los Andes, Bogotá: BIBLIO. Clase, 2000. p. 31.



sería un tanto inconsecuente, aplicar una tasa global de inflación cuando se estima erogaciones o ingresos afectados distintamente por el fenómeno.

Los objetivos de esta etapa son ordenar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los diferentes cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y determinar su rentabilidad.

La información consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios realizados anteriormente. Sin embargo, y debido a que (no se ha proporcionado) toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa del proyecto deben definirse todos aquellos que, siendo necesarios para la evaluación, los debe suministrar el mismo estudio financiero.

Comienza con la determinación de los costos totales y la inversión inicial ya que esta depende, de la tecnología y los medios que se desean seleccionar para iniciar el proyecto.

Otro de los puntos importantes es la determinación del capital de trabajo que a pesar de que es parte fundamental de la inversión inicial, no está sujeta a depreciación, por su naturaleza líquida.

10.1 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN

Inversiones fijas: son aquellas que se realizan en bienes intangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y por su característica no son objeto de comercialización, adquiriéndolas para utilizarse durante su vida útil.

Inversiones diferidas: las inversiones diferidas son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto tales como: los estudios técnicos, económicos y legales, los gastos de organización y montaje, ensayos y puesta en marcha, capacitación y entrenamiento de personal.

Capital de trabajo: la inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes para la operación y funcionamiento normal del proyecto durante un ciclo productivo.

11.2 INVERSIÓN INICIAL

La inversión del proyecto se clasifica en inversiones fijas, diferidas y de capital de trabajo a continuación, se presentan los presupuestos y bases para la estimación de cada uno de ellos.



Inversión en activos fijos

Tabla 13. Maquinaria y equipos

DESCRIPCIÓN	CANT.	Vr. UNIT	Vr. TOTAL
Computador Clone Amd Athlon li X2 3.4ghz (2 Núcleos)	2	690.000	1.380.000
Micrófono SHURE BETA98H/C	4	546.333	2.185.332
Studiophile DSM2 - Monitor de referencia profesional de campo cercano de 8" de alta resolución con DSP, Bi-amplificado 180W clase D	2	1.394.663	2.789.326
RSM180BK - marca PROEL - Base para micrófono con Boom color negro	4	52.772	211.088
DH120LU5 - marca PROEL - extensión para instrumentos de 5 mts plug 6,3mm x plug 6,3mm en "I", contactos con baño de oro de 24	4	25.888	103.552
DH24LU10 - marca PROEL - extensión para micrófono de 10 mts, conector XLR macho a XLR hembra	4	77.664	310.656
Amplificador Combo Para Bajo Kb12 500w Hartke	1	1.706.904	1.706.904
Peavey Amplificador De Teclado, 100w	1	1.351.000	1.351.000
Amplificador Digital Marshall para guitarra N25 De 75w Con Bluetooth	1	1.203.799	1.203.799
VIDEO BEAM	1	3.675.000	3.675.000
Sistema de sonido hk lucas performer 900w	1	7.350.000	7.350.000
Tv led 46p (116.6 cm) smart tv full hd Samsung	1	1.429.930	1.429.930
Guitarra ibanez prestige rg2550mz	1	1.300.000	1.300.000
Bajo eléctrico ibanez gio 505	1	1.800.000	1.800.000
Teclado sintetizador korg kross 61	1	2.000.000	2.000.000
Congas lp aspire nuevas originales + base	1	2.206.900	2.206.900
Bongo lp matador original	1	1.729.900	1.729.900
Tambora Dominicana Latin Percussion Lp271-wd	1	350.000	350.000
Batería acústica mapex prodigy nuevas con silla y platillos	1	900.000	900.000
TOTAL \$			33.983.387

Tabla 14. Muebles y encerres

DESCRIPCIÓN	CANT.	Vr. UNIT.	Vr. TOTAL
Escritorios universitarios	15	150.000	2.250.000
Escritorio 2 Cajones 110x58x76 Negro	5	200.000	1.000.000
Escritorios ejecutivo más silla	1	1.500.000	1.500.000
Mesa De Juntas Elíptica Con 6 Sillas Ejecutivas En Malla	1	1.000.000	1.000.000
Escritorios recepción	1	388.000	388.000
Archivador Metálico 4 Gavetas 10334	1	588.000	588.000
Sillas ergonómicas	30	179.000	5.370.000
Tablero acrílico	5	80.000	400.000
TOTAL \$			12.496.000



Tabla 15. Equipos de oficina

DESCRIPCIÓN	CANT.	Vr. UNIT.	Vr. TOTAL
Computador de Escritorio	3	1.670.000	5.010.000
Estabilizadores	3	38.000	114.000
Fax	1	350.000	350.000
Impresora Multifuncional	1	680.000	680.000
TOTAL \$ 6.154.000			

Tabla 16. Implementos de oficina y papelería

DESCRIPCION	CANT	Vr. UNIT.	Vr.TOTAL
Lapiceros	60	600	36.000
Resma hoja carta	100	7.000	700.000
Regla	10	900	9.000
Sobre de manila oficio	1000	70	70.000
Resaltadores	100	900	90.000
Tablero acrílico	2	50.000	100.000
Marcador borrable	100	4.000	400.000
Tinta para marcador	100	4.500	450.000
Borrador tablero acrílico	100	3.000	300.000
Caja de grapas	50	3.000	150.000
Cosedora para escritorio	10	20.000	200.000
Az	100	6.000	600.000
Bisturí	10	2.000	20.000
Perforadora	10	20.000	200.000
Tijeras	10	2.000	20.000
Folder oficio	1000	150	150.000
Pegante	10	2.000	20.000
Cinta adhesiva	10	3.000	30.000
Corrector	10	3.000	30.000
Recarga cartucho impresora	20	70.000	1.400.000
Caja de clips	10	800	8.000
Borrador	10	600	6.000
Carnet de la empresa	20	1.500	30.000
Tarjetas de presentación	1000 0	100	1.000.000
Talonnario facturas de venta	100	500	50.000
TOTAL \$ 6.069.000			



Tabla 17. Otros

DESCRIPCIÓN	CANT.	Vr. UNIT	Vr. TOTAL
Canecas recolectoras	10	120.000	1.200.000
Cepillo baño	5	2.000	10.000
Bomba sanitario	5	3.000	15.000
Cepillo lava piso	5	4.000	20.000
Escoba	10	8.000	80.000
Recogedor	5	6.000	30.000
Trapero	6	7.000	42.000
Detergente en polvo (3kg)	10	8.000	80.000
Límpido (3 l)	10	7.000	70.000
Balde	5	5.000	25.000
Bolsas para basura	1000	220	220.000
Botiquín	4	130.000	520.000
TOTAL \$			2.312.000

Tabla 18. Adecuaciones y arrendamiento

DESCRIPCIÓN	CANT.	Vr. UNIT.	Vr. TOTAL
OBRAS FISICAS			
Espuma	90	45.000	4.050.000
Panel yeso	54	19.000	1.026.000
Estructura metálica	1	513.000	513.000
Alfombra	1	200.000	200.000
Adecuaciones mano de obra	1	400.000	400.000
Arrendamiento	12	1.000.000	12.000.000
TOTAL \$			18.189.000

Tabla 19. Constitución de la Empresa

DESCRIPCIÓN	VALOR
Registro cámara de comercio	1.200.000
Registro Mercantil	200.000
Industria y Comercio	300.000
Apertura de Cuenta	200.000
Formularios Cámara de Comercio	15.000
Total \$ 1.915.000	



Tabla 20. Conceptos de funcionamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR
Conceptos Funcionamiento	1.300.000
Total \$ 1.300.000	

Tabla 21. Gastos generales

DESCRIPCIÓN	VALOR MES	VALOR AÑO
Energía Eléctrica	300.000	3.600.000
Teléfono	100.000	1.200.000
Agua	500.000	6.000.000
Internet	800.000	9.600.000
		TOTAL \$ 20.400.000

Tabla 22. Equipo de transporte

DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Vehículo (Carro)	\$ 13.000.000

Tabla 23. Diferidos

DESCRIPCIÓN	Amortización Años	Valor Total	Amortización Anual	Amortización Mensual
Mantenimiento	5	2.000.000	400.000	\$ 33.333
Seguro	5	3.000.000	600.000	\$ 50.000
Elaboración diseño de marca	5	500.000	100.000	\$ 8.333
Estudio de pre factibilidad	5	500.000	100.000	\$ 8.333
Estudio de factibilidad	5	500.000	100.000	\$ 8.333

Tabla 24. Inversión en capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	Inversión anual	Inversión inicial primer mes (millones)
Nómina	112.800.000	9.400.000
Servicios públicos	20.400.000	1.700.000
Cartera	115.762.500	9.646.875
Arrendamiento	12.000.000	1.000.000
Prestaciones sociales y apropiaciones	49.380.045	4.115.004
		TOTAL \$25.861.879

Tabla 25. Inversión Pre operativa.

INVERSIONES PRE OPERATIVAS	PORCENTAJE	INVERSIÓN MILLONES
Recursos propios	100.00%	\$ 100.000.000



10.3. GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos operacionales de administración son los ocasionados en el desarrollo del objeto social principal del ente económico y registra sobre la base de causalidad, las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionado con la gestión administrativa encaminada a la dirección, planeación y organización de la políticas establecidas para el desarrollo de la actividad operativa del ente económico incluyendo básicamente en las incurridas en las áreas, ejecutiva, financiera, comercial, legal y administrativa.

Sueldos: comprende los salarios del personal que se estima según el estudio de la organización del proyecto contenido en la parte correspondiente al estudio técnico del mismo.

Prestaciones: con el mismo criterio apuntado anteriormente se calcula el monto de las prestaciones y apropiaciones sobre la nómina administrativa. Se trabaja con un factor prestacionales del, 51,852% que implica aproximadamente la parte proporcional de prestaciones y la proporción correspondiente a las apropiaciones.

Tabla 25. Factores prestacionales

CONCEPTO	FACTOR
CESANTIAS	8.33%
PRIMA DE SERVICIOS	8.33%
VACACIONES	4.17%
INTERESES DE CESANTIAS	1.00%
	21.83%
SENA	2%
ICBF	3%
CAJA DE COMPENSACION	4%
SALUD	8.50%
PENCION	12.00%
ARL	0.52%
	30.022%



Tabla 27. Sueldos, prestaciones y apropiaciones personales de planta año 1

ITEM		PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA											
		MESES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Salario Básico personal de planta	9.400.000	\$ 9.400.000	\$ 9.400.000	\$ 9.400.000	\$ 9.400.000	\$ 9.400.000	\$ 9.400.000	\$ 9.400.000	\$ 9.400.000	\$ 9.400.000	\$ 9.400.000	\$ 9.400.000	\$ 9.400.000
Docentes (7)	7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000
Asistente administrativo	800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Vigilancia (No 1)	800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Servicios generales (No 1)	800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Prima (8,33%)	783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020
Vacaciones (4,17%)	391.980	\$ 391.980	\$ 391.980	\$ 391.980	\$ 391.980	\$ 391.980	\$ 391.980	\$ 391.980	\$ 391.980	\$ 391.980	\$ 391.980	\$ 391.980	\$ 391.980
Cesantías (8,33%)	783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020	\$ 783.020
Intereses sobre Cesantías (1%)	94.000	\$ 94.000	\$ 94.000	\$ 94.000	\$ 94.000	\$ 94.000	\$ 94.000	\$ 94.000	\$ 94.000	\$ 94.000	\$ 94.000	\$ 94.000	\$ 94.000
Caja Comp. (4%)	376.000	\$ 376.000	\$ 376.000	\$ 376.000	\$ 376.000	\$ 376.000	\$ 376.000	\$ 376.000	\$ 376.000	\$ 376.000	\$ 376.000	\$ 376.000	\$ 376.000
ICBF (3%)	282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000
SENA (2%)	188.000	\$ 188.000	\$ 188.000	\$ 188.000	\$ 188.000	\$ 188.000	\$ 188.000	\$ 188.000	\$ 188.000	\$ 188.000	\$ 188.000	\$ 188.000	\$ 188.000
Pensiones (12%)	1.128.000	\$ 1.128.000	\$ 1.128.000	\$ 1.128.000	\$ 1.128.000	\$ 1.128.000	\$ 1.128.000	\$ 1.128.000	\$ 1.128.000	\$ 1.128.000	\$ 1.128.000	\$ 1.128.000	\$ 1.128.000
Salud (8,5%)	799.000	\$ 799.000	\$ 799.000	\$ 799.000	\$ 799.000	\$ 799.000	\$ 799.000	\$ 799.000	\$ 799.000	\$ 799.000	\$ 799.000	\$ 799.000	\$ 799.000
Riesgo Profesional (3%)	282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000	\$ 282.000
Total Mano de Obra Mensual	23.907.020	\$ 23.907.020	\$ 23.907.020	\$ 23.907.020	\$ 23.907.020	\$ 23.907.020	\$ 23.907.020	\$ 23.907.020	\$ 23.907.020	\$ 23.907.020	\$ 23.907.020	\$ 23.907.020	\$ 23.907.020

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA DEL NEGOCIO						
Director		18.000.000	18.900.000	19.845.000	20.837.250	21.879.113
Coordinador		14.400.000	15.120.000	15.876.000	16.669.800	17.503.290
Asistente de dirección		9.600.000	10.080.000	10.584.000	11.113.200	11.668.860
Director de marketing		14.400.000	15.120.000	15.876.000	16.669.800	17.503.290
Total Mano de Obra Indirecta		56.400.000	59.220.000	62.181.000	65.290.050	68.554.553

El factor prestacional se lo causará de acuerdo al factor servicio brindado por la empresa, dado la cantidad de personal necesaria para el cubrimiento de la demanda.

Tabla 28. Sueldos, prestaciones y apropiaciones personales de planta proyectada

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA DEL NEGOCIO					
ÍTEM	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Salario Básico personal de planta	112.800.000	118.440.000	124.362.000	130.580.100	137.109.105
Transporte	1.627.200	1.491.600	1.356.000	2.847.600	4.203.600
Prima (8,33%)	9.508.480	9.983.904	10.483.099	10.877.322	11.421.188
Vacaciones (4,17%)	3.760.000	3.948.000	4.145.400	5.445.190	5.717.450
Cesantías (8,33%)	9.508.480	9.983.904	10.483.099	11.007.254	11.557.617
Intereses sobre Cesantías (1%)	95.085	99.839	104.831	110.073	115.576
Caja Comp. (4%)	380.339	728.983	1.128.000	5.223.204	5.484.364
ICBF (3%)	285.254	546.738	846.000	3.917.403	4.113.273
SENA (2%)	190.170	364.492	564.000	2.611.602	2.742.182
Pensiones (12%)	13.536.000	14.212.800	14.923.440	15.669.612	16.453.093
Salud (8,5%)	9.588.000	10.067.400	10.570.770	11.099.309	11.654.274



Riesgo Profesional (3%)	3.384.000	3.553.200	3.730.860	3.917.403	4.113.273
Total Mano de Obra Mensual	164.663.008	173.420.860	182.697.499	203.306.072	214.684.995

Tabla 29. Factor servicio

PRODUCTO	DEMANDA	AÑO	DÍA	MES
ESCUELA DE MUSICA	700	700	2	58

Conforme a la capacidad instalada de la escuela de música se espera atender a 700 estudiantes para el primer año de operaciones, equivalente a 2 por día y 58 estudiantes mes.

Depreciaciones: hace referencia a la depreciación de activos fijos que tienen origen en el área administrativa.

Tabla 30. Depreciaciones

Activo	Vida útil estimada	Costo del activo	Valor Depreciación y Amortizaciones					Valor residual
			1	2	3	4	5	
MAQUINARIA Y EQUIPO								
Computador Clone Amd Athlon li X2 3.4ghz (2 Núcleos)	10	1.380.000	138.000	138.000	138.000	138.000	138.000	690.000
Micrófono SHURE BE-TA98H/C	11	2.185.332	198.667	198.667	198.667	198.667	198.667	993.333
Studiophile DSM2 - Monitor de referencia profesional de campo cercano de 8" de alta resolución con DSP, Bi-amplificado 180W clase D	12	2.789.326	232.444	232.444	232.444	232.444	232.444	1.162.219
RSM180BK - marca PROEL - Base para micrófono con Boom color negro	13	211.088	16.238	16.238	16.238	16.238	16.238	81.188
DH120LU5 - marca PROEL - extensión para instrumentos de 5 mts plug 6,3mm x plug 6,3mm en "I", contactos con baño de oro de 24	14	103.552	7.397	7.397	7.397	7.397	7.397	36.983
DH24LU10 - marca PROEL - extensión para micrófono de 10 mts, conector XLR macho a XLR hembra	15	310.656	20.710	20.710	20.710	20.710	20.710	103.552
Amplificador Combo Para Bajo Kb12 500w Hartke	16	1.706.904	106.682	106.682	106.682	106.682	106.682	533.408
Peavey Amplificador De Teclado, 100w	17	1.351.000	79.471	79.471	79.471	79.471	79.471	397.353
Amplificador Digital Marshall para guitarra N25 De 75w Con Blue-	18	1.203.799	66.878	66.878	66.878	66.878	66.878	334.389



tooth								
VIDEO BEAM	19	3.675.000	193.421	193.421	193.421	193.421	193.421	967.105
SISTEMA DE SONIDO HK LUCAS PERFORMER 900W	20	7.350.000	367.500	367.500	367.500	367.500	367.500	1.837.500
TV LED 46P (116.6 CM) Smart TV Full HD SAM-SUNG	21	1.429.930	68.092	68.092	68.092	68.092	68.092	340.460
GUIARRA IBANEZ PRESTIGE RG2550MZ	22	1.300.000	59.091	59.091	59.091	59.091	59.091	295.455
BAJO ELECTRICO IBANEZ GIO 505	23	1.800.000	78.261	78.261	78.261	78.261	78.261	391.304
Teclado Sintetizador Korg Kross 61	24	2.000.000	83.333	83.333	83.333	83.333	83.333	416.667
Congas Lp Aspire Nuevas Originales + Base	25	2.206.900	88.276	88.276	88.276	88.276	88.276	441.380
Bongo Lp Matador Original	26	1.729.900	66.535	66.535	66.535	66.535	66.535	332.673
Tambora Dominicana Latin Percussion Lp271-wd	27	350.000	12.963	12.963	12.963	12.963	12.963	64.815
Batería Acústica Mapex Prodigy Nuevas Con Silla Y Platillos	28	900.000	32.143	32.143	32.143	32.143	32.143	160.714
subtotal		33.983.387	1.916.099	1.916.099	1.916.099	1.916.099	1.916.099	9.580.496
MUEBLES Y ENCERES								
Escritorios universitarios	5	2.250.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	2.250.000
Escritorio 2 Cajones 110x58x76 Negro	6	1.000.000	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	833.333
Escritorios ejecutivo más silla	7	1.500.000	214.286	214.286	214.286	214.286	214.286	1.071.429
Mesa De Juntas Elíptica Con 6 Sillas Ejecutivas En Malla	8	1.000.000	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	625.000
Escritorios recepción	9	388.000	43.111	43.111	43.111	43.111	43.111	215.556
Archivador Metálico 4 Gavetas 10334	10	588.000	58.800	58.800	58.800	58.800	58.800	294.000
Sillas ergonómicas	11	5.370.000	488.182	488.182	488.182	488.182	488.182	2.440.909
Tablero acrílico	12	400.000	33.333	33.333	33.333	33.333	33.333	166.667
subtotal		12.496.000	1.579.379	1.579.379	1.579.379	1.579.379	1.579.379	7.896.893
EQUIPOS DE OFICINA								
Computador de Escritorio	3	5.010.000	1.670.000	1.670.000	1.670.000	0	0	5.010.000
Estabilizadores	4	114.000	28.500	28.500	28.500	0	0	85.500
Fax	5	350.000	70.000	70.000	70.000	0	0	210.000
Impresora Multifuncional	6	680.000	113.333	113.333	113.333	0	0	340.000
subtotal		6.154.000	1.881.833	1.881.833	1.881.833	0	0	5.645.500
EQUIPOS DE TRANSPORTE								
Vehículo (Carro)	5	13.000.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	13.000.000
subtotal		13.000.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	13.000.000



CONSTRUCCIONES								
Construcciones y Adecuaciones	20	2.139.000	106.950	106.950	106.950	106.950	106.950	534.750
subtotal		2.139.000	106.950	106.950	106.950	106.950	106.950	534.750
TOTAL DEPRECIACIONES		67.772.387	8.084.261	8.084.261	8.084.261	6.202.428	6.202.428	36.657.639
ACTIVOS AMORTIZABLES								
NORMAS Y PATENTES								
Conceptos Funcionamiento	3	1.300.000	433.333	433.333	433.333	0	0	1.300.000
subtotal		1.300.000	433.333	433.333	433.333	0	0	1.300.000
DIFERIDOS								
Registro cámara de comercio	5	3.600.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	3.600.000
Industria y Comercio	5	1.200.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	1.200.000
Industria y Comercio	5	6.000.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	6.000.000
Apertura de Cuenta	5	200.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	200.000
Formularios Cámara de Comercio	5	9.600.000	1.920.000	1.920.000	1.920.000	1.920.000	1.920.000	9.600.000
Mantenimiento	5	2.000.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	2.000.000
Seguro	5	3.000.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	3.000.000
Elaboración diseño de marca	5	500.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	500.000
Estudio de pre factibilidad	5	500.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	500.000
Estudio de factibilidad	5	500.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	500.000
subtotal		27.100.000	5.420.000	5.420.000	5.420.000	5.420.000	5.420.000	27.100.000
TOTAL AMORTIZACIONES			5.853.333	5.853.333	5.853.333	5.420.000	5.420.000	28.400.000

10.4 GASTOS OPERACIONALES DE VENTA

Gastos de comercialización: entre los gastos de comercialización se pueden distinguir los siguientes: diseño y hosting pag wef, Flayers, Gingle producción, Gingle transmisión, Uniformes con diseño, Artículos publicitarios. Se estima que el valor de gastos de comercialización y mercadeo en \$5.900.000 anuales.

Tabla 31. Gastos de comercialización

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	V/UNITARIO	V/TOTAL
Diseño y hosting pag wef	1.200.000	UNIDAD	1	1.200.000
Flayers	20000	UNIDAD	100	2.000.000
Gingle producción	1	UNIDAD	500000	500.000
Gingle transmisión	1	UNIDAD	520.000	520.000
Uniformes con diseño	3	UNIDAD	60.000	180.000



Artículos publicitarios	1	VARIOS	1.500.000	1.500.000
IMPREVISTOS 5%			220.000	
TOTAL			5.900.000	

10.5. INGRESOS

En el proyecto los ingresos están representados por el dinero que se recaude por conceptos de la prestación de servicios. La estimación de los ingresos depende de los cálculos realizados en el estudio de mercado en cuanto se refiere a la demanda del servicio y la fijación de precios.

Tabla 32. Estudiantes por año

SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESCUELA DE MUSICA	700	770	847	932	1.025

Tabla 33. Ingresos

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESCUELA DE MUSICA	578.812.500	681.262.313	801.845.742	943.772.438	1.110.820.160

Tabla 34. Consolidado de costos fijos y variables

COSTO	TOTAL	TASA DE DISTRIBUCION%	COSTO FIJO					COSTO VARIABLE				
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Costo de Produccion												
Mano de Obra Directa	164.663.008	100						164.663.008	173.420.860	182.897.498	203.306.072	214.684.986
Materiales Indirectos	81.142.046	100						81.142.046	231.967.667	240.619.967	248.586.082	258.904.978
Depreciación	8.084.261	100	8.084.261	8.084.261	8.084.261	8.202.428	8.202.428					
Sub-Total	253.889.314		8.084.261	8.084.261	8.084.261	8.202.428	8.202.428	245.805.053	405.388.427	423.317.457	452.901.154	473.589.974
Gasto de Administracion												
Mano de Obra Indirecta	134.400.000	100	134.400.000	59.220.000	62.181.000	65.290.000	68.554.663					
Amortización de diferidos	5.853.333	100	5.853.333	5.853.333	5.853.333	5.420.000	5.420.000					
Otros gastos	2.312.000	100	2.312.000	2.388.238	2.487.692	2.580.483	2.678.735					
Sub-Total	142.565.333		142.565.333	67.471.571	70.522.025	73.290.533	76.651.287	0	0	0	0	0
Gastos de ventas												
CONCEPTO												
DISEÑO Y HOSTING PAG WEF	1.200.000		1.200.000	1.244.780	1.291.190	1.339.351	1.389.309					
FLAYERS	2.000.000		2.000.000	2.074.600	2.151.983	2.232.252	2.316.515					
GNIGLE PRODUCCION	500.000		500.000	518.650	537.596	558.083	578.879					
GNIGLE TRANSMISION	520.000		520.000	539.396	559.515	580.385	602.034					
Sub-Total	4.440.000		4.440.000	4.377.406	4.540.683	4.710.061	4.885.736	0	0	0	0	0
TOTALES	400.894.647		155.089.595	79.393.238	83.146.970	84.203.011	87.739.451	245.805.053	405.388.427	423.317.457	452.901.154	473.589.974

10.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Después de obtener el comportamiento de los costos fijos y costos variables para cada uno de los años de vida útil del proyecto, así mismo haber determinado los ingresos, se puede determinar el punto de equilibrio del proyecto.



A continuación, se determina el punto de equilibrio para el primer año, anotando que su correspondiente análisis es un indicador fundamental en la estructura financiera del proyecto, ya que muestra la cantidad de estudiantes que deben estar matriculados para que no haya ni pérdida ni ganancia, es un parámetro o un punto de referencia que muestra la cantidad mínima que iguala ingresos con costos y gastos.

La dirección del proyecto deberá propender por elevar el ingreso por estudiantes matriculados y mantener una adecuada estructura de costos y gastos para generar margen de seguridad y beneficios en el proyecto.

Tabla 35. Punto de equilibrio

COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTOS VARIABLES/PRODUCCION ESPERADA				
	1	2	3	4	5
COSTO VARIABLE UNITARIO	826.87	884.756	946.689	1.012.957	1.083.864
	5				
PUNTO DE EQUILIBRIO	=	<u>CF</u>	<u>COSTO FIJO</u>		-
		<u>PVq - CVq</u>	PRECIO DE VENTA UNITARIO - COSTO VARIABLE UNITARIO		
PUNTO DE EQUILIBRIO	=	<u>155.089.5</u>			
		<u>95</u>			
		826.875			
PUNTO DE EQUILIBRIO UND	=	188	Unidades		
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	=	147.704.3	Millones de Pesos M/cte.		
		76			
PUNTO DE EQUILIBRIO TIEMPO (DÍAS)	=	77	DÍAS		
PUNTO DE EQUILIBRIO TIEMPO (MESES)	=	3	MESES		

11.7 FLUJO DE CAJA O FLUJO DE FONDOS

Los flujos de caja los podemos definir como las erogaciones e ingresos líquidos registrados periodo por periodo. Esto nos permite evaluar que el proyecto resulte recomendable en la medida que los beneficios superen a los costos. Los cuales se identifican y cuantifican adecuadamente teniendo como soporte los estudios de mercado y técnicos del proyecto.

Podemos resaltar la importancia de los elementos involucrados en el flujo de caja:



Las erogaciones las cuales corresponden a la inversión realizada principalmente en el periodo de instalación del proyecto.

El flujo de caja nos muestra los componentes financieros del proyecto, arrojando resultados que motivan la evaluación del proyecto.

Tabla 36. Flujo de caja

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
UTILIDAD DEL EJERCICIO	182.058.435	269.678.885	372.023.535	484.041.297	630.058.699
Depreciaciones y Amortizaciones	13.504.261	13.504.261	13.504.261	11.622.428	11.622.428
Reserva Legal	12.197.915	18.068.485	24.925.577	32.430.767	42.213.933
FLUJO NETO DE EFECTIVO	207.760.612	301.251.632	410.453.373	528.094.492	683.895.060

Tabla 37. Estado de resultados proyectado

ÍTEM	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO				
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas brutas	578.812.500	681.262.313	801.845.742	943.772.438	1.110.820.160
COSTO DE VENTAS					
+ Compras de Materias Primas					
+ Mano de Obra Directa	164.663.008	173.420.860	182.697.499	203.306.072	214.684.995
+ Costos Indirectos de Fabricación	86.914.306	231.967.567	240.619.957	249.595.082	258.904.978
TOTAL COSTO DE VENTAS	251.577.314	405.388.427	423.317.457	452.901.154	473.589.974
UTILIDAD BRUTA	327.235.186	275.873.885	378.528.285	490.871.285	637.230.186
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS O GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos de administración	134.400.000	139.413.120	144.613.229	150.007.303	155.602.575
Gastos de Ventas	5.900.000	6.195.000	6.504.750	6.829.988	7.171.487
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	140.300.000	6.195.000	6.504.750	6.829.988	7.171.487
UTILIDAD OPERATIVA	186.935.186	269.678.885	372.023.535	484.041.297	630.058.699
OTROS INGRESOS Y OTROS EGRESOS					
+ Otros Ingresos	266.000.000	292.600.000	321.860.000	354.046.000	389.450.600
- Otros Egresos	2.312.000	2.427.600	2.548.980	2.676.429	2.810.250
GASTOS FINANCIEROS					
Gastos por Intereses	2.564.751	2.549.706	2.534.512	2.519.165	2.503.665
Otros Gastos financieros	128.238	128.238	128.238	128.238	128.238
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	182.058.435	269.678.885	372.023.535	484.041.297	630.058.699
Menos Impuestos 33%	60.079.284	88.994.032	122.767.767	159.733.628	207.919.371
Menos Reservas 10%	12.197.915	18.068.485	24.925.577	32.430.767	42.213.933
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	109.781.237	162.616.368	224.330.192	291.876.902	379.925.396



Tabla 38. Balance general proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
	1	2	3	4	5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
DISPONIBLE					
CAJA	463.050.000	545.009.850	641.476.593	755.017.950	888.656.128
CUENTAS POR COBRAR	115.762.500	115.762.500	115.762.500	115.762.500	115.762.500
MATERIA PRIMA E INSUMOS	700	770	847	932	1.025
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	578.813.200	660.773.120	757.239.940	870.781.382	1.004.419.653
ACTIVOS NO CORRIENTES					
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	65.633.387	65.633.387	65.633.387	65.633.387	65.633.387
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA	8.084.261	8.084.261	8.084.261	6.202.428	6.202.428
DIFERIDOS	5.420.000	5.420.000	5.420.000	5.420.000	5.420.000
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	52.129.126	62.969.126	62.969.126	64.850.959	64.850.959
TOTAL ACTIVOS	630.942.326	723.742.246	820.209.066	935.632.341	1.069.270.612
PASIVO					
PROVEEDORES	-	-	-	-	-
CUENTAS POR PAGAR	356.161.089	396.125.878	430.878.875	478.755.439	524.345.216
IMPUESTOS POR PAGAR	-	-	-	-	-
OBLIGACIONES LABORALES	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	356.161.089	396.125.878	430.878.875	478.755.439	524.345.216
TOTAL PASIVO	356.161.089	396.125.878	430.878.875	478.755.439	524.345.216
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	150.000.000	150.000.000	150.000.000	150.000.000	150.000.000
RESERVA (10%)	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
EXCEDENTE O (PÉRDIDA) DEL EJERCICIO	109.781.237	162.616.368	224.330.192	291.876.902	379.925.396
EXCEDENTE O (PÉRDIDA) DEL EJERCICIO ANTERIOR	-	-	-	-	-
TOTAL PATRIMONIO	274.781.237	327.616.368	389.330.192	456.876.902	544.925.396
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	630.942.326	723.742.246	820.209.066	935.632.341	1.069.270.612

10.8 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

10.8.1 Valor Presente Neto o VPN. Este indicador cumple con el objetivo de evaluar proyectos de inversión, determinando la equivalencia de los flujos de efectivo en el tiempo. Su fórmula es la siguiente:



$$VPN = \frac{FNE - I}{(n+i)^1}$$

Dónde:

VPN = Valor Presente Neto
 FNE = Flujo Neto de Efectivo
 n = Periodo (1 año)
 i = Tasa de Oportunidad (15%)
 I = Inversión Inicial

Para dicho cálculo, se debe realizar la proyección del Flujo Neto de Efectivo o FNE, de la siguiente manera.

Tabla 39. Flujo Neto de Caja

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
UTILIDAD DEL EJERCICIO	182.058.435	269.678.885	372.023.535	484.041.297	630.058.699
Depreciaciones y Amortizaciones	13.504.261	13.504.261	13.504.261	11.622.428	11.622.428
Reserva Legal	12.197.915	18.068.485	24.925.577	32.430.767	42.213.933
FLUJO NETO DE EFECTIVO	207.760.612	301.251.632	410.453.373	528.094.492	683.895.060

Tabla 40. VPN 15% Tasa de Oportunidad

TASA DE OPORTUNIDAD = 15%					
1	2	3	4	5	VPN(+)
207.760.612	301.251.632	410.453.373	528.094.492	683.895.060	
1,15	1,32	1,52	1,75	2,01	
180.661.402	227.789.514	269.879.755	301.939.740	340.016.713	1.320.287.124

Con el VPN calculado, se puede determinar la Tasa Interna de Retorno TIR, la cual define la rentabilidad de la inversión dentro de la operación propia del negocio, comparando la relación de beneficio-costeo.

Tabla 41. Tasa Interna de Retorno TIR

SUMA VPN (En valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1% DE DIFERENCIA DE TASAS	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR.
1.186.012.031	58,0	0,580	24,42
858.957.517	42,0	0,420	24,42
2.044.969.547	100	1	

TIR= 24.42% El resultado que arroja la función de TIR, es del 24,42, lo que significa que es mayor a la tasa de oportunidad del 15% pactada en esta investigación, por lo tanto, el proyecto es económicamente aceptado.



10.8.2 Análisis costo eficiencia

ROI : Rentabilidad sobre la inversión

UNE : Utilidad Neta del Ejercicio

IT : inversión total

ROI	<u>UNE</u>
	IT
ROI	<u>109.781.237</u>
	54.464.981
ROI	2,02

Se define como un índice de eficiencia que determina la rentabilidad sobre la inversión (ROI), la cual corresponde al 2,02%, siendo un porcentaje atractivo frente a los propósitos de la futura escuela de música.

10.8.3. Relación Beneficio Costo (R)

Para determinarlo se debe encontrar el valor presente de los ingresos y egresos y luego se divide los primeros sobre los segundos y se cuantifica la proporción en que los costos participan en los ingresos

Tabla 42. Relación Costo – Beneficio Rbc

R^{BC}	<u>SUMATORIA DE INGRESOS TOTALES</u>
	SUMATORIA DE EGRESOS TOTALES
R^{BC}	<u>578.812.500</u>
	400.894.647
R^{BC}	1,443802016

Este valor de 0,44 implica que el proyecto es atractivo y económicamente aceptado, ya que el valor presente de los ingresos es mayor que el valor presente de los egresos. Dado lo anterior y de acuerdo al análisis financiero establecido en el marco de esta investigación se pudo determinar que el proyecto es rentable ya que el valor presente neto del proyecto demuestra un valor positivo, demostrando que el proyecto debe ejecutarse.



11. ESTUDIO DE IMPACTO

11.1 ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL

11.1.1 Generación de empleo. La ESCUELA PARA FORMACION ARTISTICA Y MUSICAL ESPECIALIZADA EN LA ENSEÑANZA- APRENDIZAJE DE GENEROS URBANOS EN EL MUNICIPIO DE PASTO “EFAMP”. Generará de manera directa empleos, discriminados de la siguiente manera: un director, un coordinador de tiempo completo; siete docentes, una asistente de dirección y coordinación y un jefe de marketing y ventas, los cuales tendrán una contratación por prestación de servicios de manera anual o semestral de acuerdo con su desempeño dentro de la empresa. De manera indirecta, dos personas encargadas de la adecuación del local, de un contador, docentes de apoyo en el desarrollo de cursos y actividades extra curriculares, dos personas de apoyo, encargadas de servicios generales, y personal que se requiera de acuerdo con las necesidades, las cuales tendrán un tipo de contrato ocasional o temporal.

Dentro del campo artístico, la perspectiva de generación de empleo depende de las actividades que promuevan cada uno de los estudiantes, docentes, y comunidad en general. Además, la gestión que se haga frente a las obligaciones, intercambios culturales de las institucionales nacionales, las organizaciones públicas, privadas, mixtas o comunitarias.

11.1.2 Mejoramiento de la calidad de vida de la población. Partiendo que el arte y la música es una forma sana de desarrollar talentos y dedicación de tiempo libre, buscamos con nuestra escuela de formación musical implementar el fortalecimiento de la cultura en el municipio de Pasto, mejorando de manera continua y permanente la calidad de vida de la comunidad, poniendo a disposición nuestra escuela para beneficio de toda la comunidad en especial para niños y jóvenes apasionados por este arte.

La propuesta de creación de negocio EFAMP permite mejorar la calidad de vida de la población facilitando espacios para el buen aprovechamiento del tiempo libre de forma creativa, desarrollando capacidades, favoreciendo el equilibrio personal. Con el desarrollo de este proyecto estamos dando al tiempo libre una dimensión de enriquecimiento personal, por tanto, ese tiempo que se dedica a los compromisos laborales y a las obligaciones escolares de los alumnos.

11.1.3 Aporte al desarrollo económico regional. El proyecto ayuda a dinamizar la economía de la región, generando empleo directo e indirecto, aportando legalmente con los impuestos requeridos por la región y el estado, adicional a esto se forman personas con otra visión y en busca de un desarrollo de proyecto de vida enfocado en la música como una fuente de ingreso. Además, se pretende consolidar la escuela de formación musical como la cuna de grandes artistas que con tribuyen al crecimiento de la región y del país.



11.1.4 Generación de procesos de capacitación. Por ser una escuela de formación musical el aprendizaje y la capacitación tanto de docentes como los estudiantes que conformen esta escuela se realizara de forma constante, de acuerdo con las necesidades tanto de estudiantes y docentes. Uno de los objetivos de capacitación, es llevar adelante un programa de mejoramiento continuo en cuanto refiere a nuestra calidad en la educación. Estos objetivos tienen que formularse de manera clara, precisa y medible para poder evaluar los resultados y posteriormente poner en práctica lo interiorizado en los procesos de capacitación.

11.1.5 Garantizar los derechos de los trabajadores. Las personas que laboren en nuestra escuela de formación musical contarán con todas las prestaciones de ley y los alumnos manejarán seguros estudiantiles ocasionales de acuerdo a eventos de desplazamiento para conciertos o salidas pedagógicas, nuestra escuela está abierta y prestara sus servicios a toda la comunidad sin discriminación de género, raza, religión teniendo como base el respeto y buscando el bienestar de la comunidad inculcando principios de equidad y pasión por la formación musical y cultural.

11.1.6 Proceso de innovación. Dentro de nuestra empresa, la innovación, se verá reflejada como la actividad por la cual se mejoran cada vez más los resultados derivados de la investigación, dentro de los procesos educativos y el desarrollo de nuevas competencias artísticas en los estudiantes, en cuanto se refiere a conocimientos y la enseñanza de nuevas técnicas musicales que permitan fortalecer y mostrar cada vez nuevas y mejores propuestas de enseñanza con relación a las otras escuelas que se encuentran dentro de nuestro contexto como competencia dentro del mercado local.

11.2 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

11.2.1 Compatibilidad con el POAT. Por ser una escuela de formación musical se encontraría ubicada en una instalación interna, con todas las normas establecidas por la ley y se encuentre acorde al plan de ordenamiento territorial de nuestra ciudad.

11.2.2 Recursos naturales afectados. Preservar y cuidar los recursos naturales, es un aspecto fundamental para nuestra escuela de formación artística y musical. Principalmente contaremos con mantenimiento periódico de tubería de aguas limpias y aguas negras, los horarios laborables y de educación se realizarán en la mañana y en la tarde para aprovechar la luz del día procurando minimizar al máximo el gasto de energía, en horario nocturno únicamente se trabajará clases especiales. Se implementarán política de ahorro y reciclaje por parte de las directivas de la institución y demás personal, garantizando que se utilicen los implementos necesarios, minimizando el desperdicio. El manejo de algunas guías y material de apoyo para el desarrollo de clases y aprendizaje se hará en lo posible por medios magnéticos y papel reciclado, evitando el gasto innecesario de este producto.



11.2.3 Comunidades vulnerables. Por ser una escuela cuya misión y visión están encaminadas a la educación artística y musical no existen comunidades que se vean afectadas. Por el contrario, la ESCUELA DE ARTES PARA FORMACION ARTISITCA Y MUSICAL ESPECIALIZADA EN LA ENSEÑANZA- APRENDIZAJE DE GENEROS URBANOS EN EL MUNICIPIO DE PASTO “EFAMP” promueve la preservación de las culturas propias de nuestro municipio.

11.2.4 Plan de manejo ambiental. Por ser una escuela dedicada a la educación artística no genera riesgos ambientales al entorno natural. El PMAI propuesto para nuestra escuela de música incluye las siguientes estrategias generales:

- Manejo integral de residuos: la separación, la reutilización y el reciclaje de los residuos sólidos urbano
- Manejo eficiente de agua y energía: evaluación de la calidad de aguas residuales y su tratamiento, implementación de un sistema de bajo consumo y la instalación sistemas alternativos de producción de energía
- En el área de riesgo y seguridad se elaboró el plan de contingencia y se constituyeron y capacitaron brigadas mixtas (profesores-alumnos, trabajadores administrativos).
- Establecer un plan de control para la contaminación auditiva dentro de nuestra escuela y los sitios aledaños a ella, por medio de la insonorización y adecuaciones locativas.



12. CONCLUSIONES

El desarrollo de los diferentes estudios para determinar y cuantificar la factibilidad de la instalación y puesta en marcha de la Escuela de Formación Artística y Musical Especializada en la Enseñanza - Aprendizaje de Géneros Urbanos EFAMP de la ciudad de Pasto, permite realizar las siguientes conclusiones.

La formación artístico musical existe en la ciudad de Pasto, lo que constituye que la oferta local se caracterice por la prestación del servicio en géneros diferentes a los que la empresa EFAMP desea prestar en la ciudad, esto basado en la exigencia y expectativas de los consumidores.

Desde el punto de vista del estudio de mercado, existe demanda insatisfecha determinada, además la posibilidad de crecimiento, desarrollo y sostenibilidad del proyecto, desde la perspectiva del mercado es viable para su ejecución.

Dentro del proceso de investigación se puede concluir que no suele ser tarea fácil estimar, con algún grado de certeza, la oferta en un proyecto determinado, puesto que la información que interesa está en manos de la competencia, que por obvias razones no está interesada en divulgarla, ya que en muchas ocasiones se convierte en un arma poderosa para competir en el mercado; sin embargo, a través de algunos mecanismos de información global se puede llegar a tener una idea aproximada del comportamiento de la oferta.

Haciendo un análisis a la parte legal podemos concluir que la creación de un nuevo establecimiento educativo privado exige el cumplimiento de unas condiciones mínimas, para que se autorice su apertura y operación, mediante la expedición de una Licencia de Funcionamiento y contribuir con las normas legales establecidas por la ley.

Los resultados arrojados por el estudio de mercado y el estudio financiero indican que la EFAMP puede llegar a ser una empresa que genere grandes utilidades para sus propietarios y socios, además de ser una fuente de generación de empleo, aportando así al desarrollo socioeconómico de la región.

De acuerdo a los objetivos específicos podemos concluir:

El estudio de mercado arroja datos de viabilidad y aceptación del proyecto en mención, permitiendo analizar la oferta y demanda, la competencia, características y formas de funcionamiento de empresas similares donde podemos observar puntos de, oportunidades que nos lleven a constituirnos como una empresa líder en la región.

En el presente proyecto se propuso un estudio técnico y administrativo de manera eficiente que permite definir los parámetros y conductos a ejecutar en su desarro-



llo y la constitución legal de la empresa, direccionando a desarrollar estrategias y procesos internos de control.

Se realizó un estudio financiero, el cual arroja datos los cuales nos permiten determinar que el proyecto es viable y se puede ejecutar.

Los impactos sociales y ambientales del proyecto se realizan con una objetividad rigurosa y determinando que generen efectos positivos, tanto en la población como en el medio ambiente.

Según los datos arrojados por el trabajo de investigación se recomienda seguir paso a paso la estructura desarrollada en el plan de negocios, para la conformación y constitución de la escuela de Formación Artística y musical de San Juan de Pasto.

PROHIBIDA SU COMPA



13.RECOMENDACIONES

Los criterios de evaluación económica y social nos permiten identificar que los principales beneficios cuantificables del proyecto se relacionan con el incentivo a la formación artístico musical de nuestros niños y jóvenes de la ciudad de Pasto.

Parte del enfoque social que pretende desarrollar el proyecto, es brindar alternativas de aprendizaje y aprovechamiento del tiempo libre por parte de nuestros talentosos niños y jóvenes de nuestras diferentes comunas.

Se puede observar dentro de la investigación que en el municipio de Pasto no hay preferencias por escuelas de formación musical y así mismo que el mercadeo impulso y venta de estos servicios en el campo de formación es mínimo, por lo tanto, el servicio prestado por la empresa EFAMP inicialmente será especializado en estos aspectos pretendiendo cubrir falencias existentes en las empresas existentes de la ciudad.

Desde el punto de vista técnico, la empresa EFAMP contará con unos estándares de calidad en cuanto al talento humano, los procesos, la tecnología para la formación integral y contará con una adecuada prestación de nuestro servicio educativo.

La empresa tiene un potencial de aproximadamente un 48% de usuarios de la prestación de servicios educativos en la EFAMP. El reto es incrementar esa cifra con resultados óptimos, basado en los procesos que se lleva a cabo dentro de la empresa, el trabajo a futuro que se realice por el personal encargado de mercadeo y ventas. Además, uno de los objetivos es fidelizar los usuarios que hagan parte de la institución.

Dentro del proceso de investigación es importante realizar una observación exhaustiva de la competencia, analizar, sus estrategias de mercado y su estructura administrativa, y otros factores, puesto que este es un punto de partida para establecer una empresa de calidad, evitando caer en errores de comportamiento del mercado.

Uno de los pilares de la planeación estratégica se encuentra en la visión que se tiene de la empresa EFAMP que para el año 2021 debe ser reconocida en el sur occidente colombiano como una institución de formación musical de alto prestigio académico, que contribuye al desarrollo cultural y social de la región.

La empresa EFAMP, como cualquier empresa se compromete al cuidado y preservación del contexto y el medio ambiente por medio de un Plan de manejo ambiental: sin incurrir en ningún tipo de riesgo que afecte o altere el entorno natural.



BIBLIOGRAFÍA

ANSOFF, H. Igor. "Implanting Strategic Management". New Jersey: Prentice Hall, 1984, 13p.

BACA Urbina. Gabriel. Evaluación de Proyectos. México. D.F: 2010, 21p.

CORONEL Vásquez Ever. Propuesta de un plan de negocios para mejorar la producción de leche fresca y carne en la asociación de productores agropecuarios

MALDONADO. A. Formulación y Evaluación de Proyectos. Editorial. Universidad de Cuenca, 2017, 15p.

MOKATE, Karen Marie. Evaluación financiera de proyectos de investigación. Universidad de los Andes, Bogotá: BIBLIO. Clase, 2000. 31p.

ROSALES. Ramón. Formulación y Evaluación de Proyectos. UNED, 2005. Capítulo 8., 24p.

TAYLOR, W. Frederick. "Fundamentos De La Administración Científica", Herrero. México. 1975

VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial: "Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Prentice Hall, Bogotá. 2001, 33p.

VILLARÁN, K. W. (2009). Plan de negocios. Herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio, USAID Perú y Ministerio de la Producción, Perú, 2009, 14p.

WEINBERGEN VILLARÁN, Karen. Plan de negocios Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Perú: Usaid. Junio 2009. 34-35p

ZARAGOZÀ, J.L. Didáctica de la música en la educación secundaria. Competencias docentes y aprendizaje. Barcelona: 2009, 3p.



CIBERGRAFÍA

ACTIVA. Las Cinco Fuerzas de Porter. La influencia del entorno en nuestra organización, 2018, 1p. (12 de Enero de 2018). Bogotá, D.C. (en línea). <http://activaconocimiento.es> (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://activaconocimiento.es/las-cinco-fuerzas-de-porter/>

AGUIRRE A, Ángela. Final Trabajo POT Pasto. (08 de Abril de 2003). Pasto. (en línea). es.scribd.com (consultada: 14 de Marzo de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <https://es.scribd.com/document/342538859/Final-Trabajo-POT-Pasto>

ALCALDÍA DE SAN JUAN DE PASTO. Información General - Pasto - Nariño – Colombia. (20 de Agosto de 2018). Pasto. (En línea). Pasto.gov.co (consultada: 20 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.Pasto.gov.co/index.php/nuestro-municipio>

CIRUGEDA Elena. ¿Qué es el modelo Canvas? 2015, 1p. (29 de Abril de 2015). Bogotá, D.C. (en línea). rankia.com (consultada: 14 de Marzo de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.rankia.com/blog/autonomos-y-emprendedores/2766918-que-modelo-canvas>

COLOMBIA Ministerio de Educación Nacional. (08 de Abril de 2003). Bogotá, D.C. (en línea). mineduccion.gov.co (consultada: 14 de Marzo de 2018). Disponible en la dirección electrónica: https://www.mineduccion.gov.co/1621/articulos-172427_archivo_pdf.pdf

COLOMBIA. Congreso de la República. Constitución Política. (02 de Febrero de 2018). Bogotá, D.C. (en línea). constitucioncolombia.com (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: [http://www.constitucioncolombia.com/\(19.10.2017,2:45pm\)](http://www.constitucioncolombia.com/(19.10.2017,2:45pm))

COMO CREAR UN MODELO DE NEGOCIO CANVAS. (20 de Octubre de 2017). Bogotá, D.C. (en línea). rankia.com (consultada: 14 de Marzo de 2018). Disponible en la dirección electrónica <http://www.timpulsa.com/como-crear-un-modelo-de-negocio-canvas/>

CONCEPTO DE: Definición de competencia. (02 de Febrero de 2018). Bogotá, D.C. (en línea). Concepto de (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://concepto.de/que-es-competencia/#ixzz56SezTApw>
CONTRERAS, Marco Elías. Formulación y evaluación de proyectos. p. 139



“verde conchán”. Universidad Nacional de Cajamarca, 2013, 33p. (17 de Mayo de 2017). Bogotá D.C, (en línea). unipamplona.edu.co (consultada: 20 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/939/EVER%20CORONEL%20VASQUEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

DANE. Pirámide de población total según sexo y grupos quinquenales de edad. (21 de Octubre de 2017). Bogotá, D.C. (en línea). encolombia.com (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: [https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/pob.html\(22.10.2017,5:30pm\)](https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/pob.html(22.10.2017,5:30pm))

DUQUE Lamir Viviana y GÓMEZ Hernández Darío José. Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana. Pontificia Universidad Javeriana, 2008, 27p. (29 de Agosto de 2009). Bogotá D.C, (en línea). javeriana.edu.co (consultada: 20 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis136.pdf>

EMPRENDE PYME. ¿Qué es un estudio de mercado? (02 de Febrero de 2018). Bogotá, D.C. (en línea). emprendepyme.net (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>

EN COLOMBIA. Guía para el Trámite de Creación y Formalización de Una Empresa. (21 de Octubre de 2017). Bogotá, D.C. (en línea). encolombia.com (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <https://encolombia.com/economia/economicolombiana/emprendimiento/guiaparaeltramitedecreacion/2/>

FLEITMAN Jack. Como elaborar un plan de negocios. Comercio hispano. 2016, 1p. (29 de Agosto de 2009). Bogotá D.C, (en línea). unipamplona.edu.co (consultada: 20 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.3.pdf

MARCO TEÓRICO. Evaluación Financiera, 2017, 1p. (02 de Febrero de 2018). Bogotá, D.C. (en línea). Marco teórico (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.marcoteorico.com/curso/115/desarrollo-de-emprendedores/943/evaluacion-financiera>

Metodología de la investigación. (21 de Octubre de 2017). Bogotá, D.C. (en línea). profesores.fi-b. (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: http://profesores.fi-b.unam.mx/jlfl/Seminario_IEE/Metodologia_de_la_Inv.pdf



MYOWNBUSINESS. Free Online Business Courses from MOBI. (15 de Octubre de 2017). Bogotá D.C, 2017, 1p. (En línea). myownbusiness.org (consultada: 20 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: www.myownbusiness.org/español

QUEVEDO VELAZCO, Luis Enrique. "Plan Estratégico" Tesis digital, disponible en la página de Internet <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Basic/quevedo:zl/capq.PDF>

RODRIGO Hm. 8 Estrategias Efectivas Para Generar Reconocimiento en tu Marca (08 de Abril de 2003). Bogotá, D.C. (en línea) rodrigojm.com. (Consultada: 14 de Marzo de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://rodrigojm.com/8-estrategias-efectivas-generar-reconocimiento-marca/>

SOPORTE JURÍDICO. Lo que debes saber del Contrato de Prestación de Servicios. (02 de Febrero de 2018). Bogotá, D.C. (en línea). Soporte jurídico (consultada: 14 de Agosto de 2018). Disponible en la dirección electrónica: <http://soportejuridico.com/blog/lo-que-debes-saber-del-contrato-de-prestacion-de-servicios>