

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA ACADEMIA DE MUSICA
EN LA CIUDAD DE POPAYAN**



Universidad
del Cauca

YOLIMA CÓRDOBA ZÚÑIGA

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2011**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA ACADEMIA DE MUSICA
EN LA CIUDAD DE POPAYAN**

YOLIMA CÓRDOBA ZÚÑIGA

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

Mg. JORGE ARBEY TOBAR DEJESUS
Director de tesis

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2011

Nota de Aceptación:

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Popayán, Septiembre de 2011

AGRADECIMIENTOS

Al Padre Celestial, por su amor misericordioso

A la virgen María, por conducirme por el camino de la espiritualidad

A mi madre

María Luzmila Zúñiga

A mi padre

Alfonso Córdoba Hoyos

A mi esposo

Juan Carlos Gómez Álvarez

A mis hijos

María de los Ángeles Gómez Córdoba

Jesús Emanuel Gómez Córdoba

A mi director de tesis

Jorge Arbey Tobar Dejesús

A mis hermanos, familiares y amigos

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCION	1
I	GENERALIDADES DEL PROYECTO	3
1	MUSICA	3
1.1	ACADEMIA DE MÚSICA.	3
1.3	ANTECEDENTES DE LAS ACADEMIAS DE MÚSICA.....	4
1.3	CLASIFICACIÓN DE LAS ACADEMIAS DE MÚSICA.	9
1.4	IMPORTANCIA DEL PROYECTO.	9
1.5	LEGISLACIÓN DE LAS ACADEMIAS DE MÚSICA.....	10
1.5.1	Solicitud de la licencia de funcionamiento.	10
1.5.2	Requisitos para el registro de los programas.....	11
1.5.3	Objetivos del programa	12
1.6	ENTIDADES PROMOTORAS DE ACADEMIAS MUSICALES EN COLOMBIA.	14
1.7	ACADEMIAS DE MÚSICA DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA.	16
1.7.1	Antecedentes del Cauca.	16
1.7.2	A nivel local.	17
2	ANÁLISIS DE ENTORNOS	18
2.1	ENTORNO ECONÓMICO.	18
2.2	ENTORNO POLÍTICO.	20
2.2.1	Fondo Emprender.	20
2.2.2	Laboratorios de Paz.	20
2.3	ENTORNO ECOLÓGICO.	21
2.4	ENTORNO TECNOLÓGICO Y EDUCATIVO.....	21
2.5	ENTORNO JURÍDICO.....	22
2.5.1	Normatividad laboral	22
2.5.2	Normatividad tributaria.	23
2.6	ENTORNO SOCIOCULTURAL.	23
2.7	ANÁLISIS DEL SECTOR.....	23
2.8	MATRIZ DE ANÁLISIS EXTERNO.	23
II	ESTUDIO DE MERCADO	26

1	SERVICIO	26
1.1	USOS Y ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO.....	26
1.1.1	Servicios iniciales a ofrecer.....	26
1.1.2	Niveles del servicio.....	26
1.1.3	Servicios complementarios.....	27
1.1.4	Servicios sustitutos.....	27
2	MERCADO META.....	28
2.1	CLASIFICACIÓN DEL MERCADO META	28
2.2	CARACTERÍSTICAS.....	28
2.2.1	Características generales.....	28
2.3	MERCADO META ACTUAL.....	28
2.4	MERCADO META FUTURO.....	28
3	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	29
3.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	29
3.1.1	Antecedentes del problema.....	29
3.1.2	Formulación del problema.....	29
3.2	OBJETIVOS	29
3.2.1	Objetivo general.....	29
3.2.2	Objetivos específicos	29
3.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
3.3.1	Naturaleza del diseño de la investigación.....	30
3.3.2	Recopilación de los datos primarios y secundarios.....	30
3.3.3	Diseño del cuestionario.....	31
3.3.4	Población	31
3.3.5	Marco muestral	31
3.3.6	Tipo de muestreo	31
3.3.7	Tamaño de la muestra	31
3.3.8	Trabajo de campo	32
3.3.9	Análisis del Instrumento de Medición	33
3.4	ANÁLISIS DE DATOS.....	33
3.4.1	Análisis de encuestas dirigida a los estudiantes (Formato 1).....	33
3.4.2	Análisis de encuestas dirigida a los padres de familia (Formato 2).....	44
3.5	CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	54
4	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	57
5	OFERTA.....	60

5.1	CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA	60
5.2	IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA.....	60
5.2.1	Fortalezas y debilidades de la competencia	60
6	PRECIO	62
6.1	DETERMINACIÓN DEL PRECIO	62
6.1.1	Análisis del precio con base en el punto de equilibrio.....	62
6.1.2	Análisis de sensibilidad: Variación del precio	63
6.2	ESQUEMA DE PAGO	63
6.3	VENTAS PROYECTADAS	63
7	COMERCIALIZACION	64
7.1	TIPO DE CANAL DE DISTRIBUCIÓN	64
8	PROMOCION	65
8.1	MARCA	65
8.1.1	El nombre.....	65
8.1.2	El eslogan	65
8.1.3	Los atributos.....	65
8.2	OBJETIVO DE LA PROMOCIÓN	67
8.3	HERRAMIENTAS DE LA PROMOCIÓN.....	68
8.3.1	Publicidad	68
8.4	PROMOCIÓN DE VENTAS	69
8.5	RELACIONES PÚBLICAS	70
8.6	MERCHANDISING	70
8.7	PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN	76
9	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	77
III	ESTUDIO TÉCNICO.....	79
I	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	79
1.1	VARIABLES DETERMINANTES DEL PROYECTO.....	79
1.1.1	Dimensión y características del mercado	79
1.1.2	Tecnología del proceso productivo.....	81
1.1.3	Disponibilidad de insumos y materiales.....	81
1.1.4	Localizacion, costos de inversion y de operación y el financiamiento del proyecto	81
1.2	PROGRAMA PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	81
1.3	CAPACIDAD INSTALADA	84
1.4	CAPACIDAD UTILIZADA	85

2	LOCALIZACIÓN	87
2.1	MACROLOCALIZACION	87
2.1.1	Factores determinantes de la macrolocalización	87
2.2	MICROLOCALIZACIÓN	87
2.2.1	Evaluación	88
2.2.2	Determinación de la microlocalización.....	90
3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	92
3.1	PROCESO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	92
3.2	DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA ACADEMIA DE MÚSICA	95
3.3	PROCESO ENSEÑANZA INSTRUMENTAL	95
3.4	SELECCIÓN DE PROPIEDADES Y EQUIPO	98
3.4.1	Equipo básico.....	98
3.4.2	Equipos de apoyo al servicio.....	106
3.5	TALENTO HUMANO	108
3.5.1	Determinación del personal requerido para la prestación del servicio	108
3.5.2	Costo anual del personal.....	109
4	EDIFICIOS.....	112
4.1	DESCRIPCION.....	112
4.2	COSTO.....	112
5	ESPACIO FÍSICO/DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	113
5.1	Espacio físico	113
5.2	Distribución de planta	114
6	PROGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	118
6.1	ACTIVIDADES NECESARIAS.....	118
6.2	ESTIMACIÓN DEL TIEMPO.....	119
6.3	PROGRAMACIÓN PARA LA FASE DE INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	121
6.4	GASTOS DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	121
6.4.1	Gastos preoperativos de la fase de preinversión.....	121
6.4.2	Gastos preoperativos de la fase de inversión.....	121
7	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO	122
IV	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	123
1	CONSTITUCIÓN DE LA ACADEMIA Y DISPOSICIONES LEGALES.....	123
1.1	CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE LA ACADEMIA (RAZÓN SOCIAL).....	123
1.1.1	Persona natural.....	123
1.1.2	Ventajas persona natural	124

1.1.3	Desventajas persona natural.....	124
1.2	DISPOSICIONES LEGALES	124
2	ORGANIZACIÓN PARA LA FASE OPERACIONAL DEL PROYECTO	126
2.1	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	126
2.2	DESCRIPCIÓN DE CARGOS	127
2.3	NOMINA FASE OPERACIONAL	128
2.3.1	Costo total del personal requerido por la academia.....	129
2.4	FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL	130
2.4.1	Misión.....	130
2.4.2	Visión	130
2.4.3	Objetivos	130
2.4.4	Principios	131
2.5	GASTOS ADMINISTRATIVOS	131
2.5.1	Gastos personal administrativo	131
3	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO	133
V	ESTUDIO FINANCIERO	134
1	INVERSIONES EN EL PROYECTO.....	134
1.1	INVERSIONES FIJAS	134
1.2	GASTOS PREOPERATIVOS	134
1.3	CAPITAL DE TRABAJO	134
2	FINANCIACION DEL PROYECTO	138
2.1	PROGRAMACIÓN APORTES DE CAPITAL	138
2.2	CRÉDITO BANCARIO.....	138
2.3	APORTES SOCIALES.....	138
3	COSTOS DE OPERACIÓN Y DE FINANCIACION	139
3.1	COSTO DE VENTAS.....	139
3.1.1	Materiales e insumos	139
3.1.2	Mano de obra (personal)	141
3.1.3	Depreciación de inversiones fijas	141
3.2	GASTOS OPERATIVOS	143
3.2.1	Gastos administrativos	143
3.2.2	Gastos generales de ventas.....	143
3.3	AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS.....	143
3.4	COSTOS DE FINANCIACIÓN.....	144
3.5	PROYECCIONES FINANCIERAS.....	145

3.5.1	Ingresos por concepto de ventas.....	145
3.5.2	Estado de resultados.....	147
3.5.3	Cuadro de fuentes y usos de fondo de efectivo o flujo de caja del proyecto	148
3.5.4	Balance general proyectado.....	150
3.5.5	Indicadores y análisis financiero.....	151
3.6	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	158
3.7	COSTO FIJO.....	159
3.8	PRECIO DE VENTA Y COSTO VARIABLE.....	160
3.9	ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO.....	161
3.9.1	Punto de equilibrio de los servicios de enseñanza teórica– instrumental para los años 1 y 3.....	161
3.9.2	Punto de equilibrio: tarifa del servicio a niños, año 3.....	162
3.9.3	Punto de equilibrio: tarifa del servicio a jóvenes, año 3.....	163
3.10	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	164
3.10.1	Análisis de sensibilidad: Descuento en la mensualidad del servicio, año 3	164
3.10.2	Análisis de sensibilidad: Descuento en la mensualidad del servicio a niños, año 3.....	166
3.10.3	Análisis de sensibilidad: Descuento en la mensualidad del servicio a jóvenes, año 3.....	167
3.10.4	Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario de profesor catedrático, año 3.....	168
3.10.5	Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario del director musical, año 3	169
4	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO.....	171
5	EVALUACION FINANCIERA.....	173
5.1	TASA DE OPORTUNIDAD.....	173
5.2	FLUJO DE EFECTIVO NETO.....	173
5.2.1	Valor presente neto.....	175
5.2.2	Tasa interna de retorno.....	177
5.2.3	Relación beneficio costo.....	177
5.2.4	Análisis de sensibilidad.....	177
5.2.5	Conclusiones.....	180
VI	EVALUACION ECONOMICA Y SOCIAL DEL PROYECTO.....	181
1	IMPACTO ECONOMICO Y SOCIAL.....	181
2	COSTOS DEL PROYECTO A NIVEL SOCIAL.....	183
3	CONCLUSIONES.....	184

VI EVALUACION AMBIENTAL.....	185
1 DESCRIPCION DEL AREA DE INFLUENCIA.....	185
2 IMPACTOS Y EFECTOS DE LA ACADEMIA SOBRE EL MEDIO AMBIENTE	186
3 INDICADORES DEL MEDIO AMBIENTE NATURAL	187
4 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL.....	191
5 CONCLUSIONES	192
6 CONCLUSIONES GENERALES.....	193
BIBLIOGRAFIA.....	196
ANEXOS.	198

LISTA DE FIGURAS

	Pág
Figura 1. Proceso de investigación.....	30
Figura 2. Logotipo.....	66
Figura 3. Atributos del logotipo.....	67
Figura 4. Pendón Misión y Visión.....	72
Figura 5. Pendón de principios corporativos.....	72
Figura 6. Tarjeta de Presentación.....	73
Figura 7. Volante de los servicios que ofrece la empresa.....	73
Figura 8. Sobre de oficio membreteado.....	74
Figura 9. Camisetas.....	74
Figura 10. Stickers.....	75
Figura 11. Carnets: estudiantes y personal de la empresa.....	75
Figura 12. Papelería membreteada.....	75
Figura 13. Certificados de estudio.....	75
Figura 14. Ubicación del Barrio la Pamba.....	90
Figura 15. Distribución de planta academia de música Jubal.....	115
Figura 16. Futura ampliación de la academia de música Jubal.....	116
Figura 17. Estructura organizativa academia.....	126
Figura 18. Diagrama de flujo de efectivo neto.....	175

LISTA DE GRÁFICAS

		Pág.
Gráfica 1.	Género.....	34
Gráfica 2.	Edad.....	34
Gráfica 3.	Actividad u ocupación socio- cultural.....	35
Gráfica 4.	Academias de música en Popayán.....	35
Gráfica 5.	Inscritos a instituciones de música y similares.....	36
Gráfica 6.	Personas dispuestas a inscribirse en la academia.....	36
Gráfica 7.	En qué consiste la lectura y escritura musical.....	37
Gráfica 8.	Aprendizaje en lectura y escritura musical.....	37
Gráfica 9.	Canto en forma aficionada o profesional.....	38
Gráfica 10.	Técnica vocal.....	38
Gráfica 11.	Estudiantes que han ejecutado algún instrumento musical.....	38
Gráfica 12.	Instrumentos ejecutados	39
Gráfica 13.	Frecuencia de práctica del instrumento.....	39
Gráfica 14.	Estudiantes quienes les gustaría mejorar o perfeccionar.....	40
Gráfica 15.	Estudiantes que les gustaría aprender a tocar algún Instrumento.....	40
Gráfica 16.	Instrumentos que les gustaría aprender a mejorar o Perfeccionar.....	41
Gráfica 17.	Número de inscritos en la academia	41
Gráfica 18.	Frecuencia con que asistiría a la academia.....	42
Gráfica 19.	Horarios para asistir a la academia	42
Gráfica 20.	Zona de ubicación de la academia.....	43
Gráfica 21.	Medios de comunicación utilizados	43
Gráfica 22.	Género.....	44
Gráfica 23.	Número de hijos.....	44
Gráfica 24.	Edad.....	45
Gráfica 25.	Actividad u ocupación socio- cultural.....	45
Gráfica 26.	Academias de música en Popayán.....	45
Gráfica 27.	Inscritos a instituciones de música y similares.....	46
Gráfica 28.	Personas dispuestas a inscribirse a sus hijos en la academia...	47

Gráfica 29.	En qué consiste la lectura y escritura musical.....	47
Gráfica 30.	Aprendizaje en lectura y escritura musical	48
Gráfica 31.	Canto en forma aficionada o profesional.....	48
Gráfica 32.	Técnica vocal.....	48
Gráfica 33.	Instrumentos	49
Gráfica 34.	Instrumentos ejecutados	49
Gráfica 35.	Frecuencia de práctica del instrumento.....	50
Gráfica 36.	Padres que les gustaría ayudar a mejorar, perfeccionar a su hijo	50
Gráfica 37.	Padres que les gustaría su hijo aprenda tocar algún instrumento	51
Gráfica 38.	Instrumento que les gustaría su hijo aprenda a mejorar.....	51
Gráfica 39.	Número de inscritos en la academia	52
Gráfica 40.	Frecuencia de asistencia del niño a la academia.....	52
Gráfica 41.	Horarios de asistencia a la academia.....	53
Gráfica 42.	Zona de ubicación de la academia	53
Gráfica 43.	Medios de comunicación utilizados	54
Gráfica 44.	Población en Popayán de 2011 a 2020	58
Gráfica 45.	Análisis de sensibilidad: Descuento en la mensualidad del servicio, año 3.....	63
Gráfica 46.	Punto de equilibrio: Tarifa del servicio a niños, año 3.....	163
Gráfica 47.	Punto de equilibrio: Tarifa del servicio a jóvenes, año 3.....	164
Gráfica 48.	Análisis de sensibilidad: Descuento en la mensualidad del servicio, año 3.....	165
Gráfica 49.	Análisis de sensibilidad: Descuento en la mensualidad del servicio a niños, año 3.....	166
Gráfica 50.	Análisis de sensibilidad: Descuento en la mensualidad del servicio a jóvenes, año 3.....	167
Gráfica 51.	Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario de profesor catedrático, año 3.....	168
Gráfica 52.	Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario del director musical	169
Gráfica 53.	Análisis de sensibilidad: Valor presente neto vs tasa de oportunidad	177
Gráfica 54.	Análisis de sensibilidad: Descuento en la mensualidad.....	178

LISTA DE TABLAS

		Pág.
Tabla 1	Estándares máximos permisibles de niveles de ruido ambiental...	21
Tabla 2	Matriz de análisis externo.....	24
Tabla 3	Población en Popayán de 2011 a 2020.....	57
Tabla 4	Proyección de la demanda jóvenes.....	59
Tabla 5	Proyección de la demanda niños.....	59
Tabla 6	Fortalezas y debilidades de la competencia.....	61
Tabla 7	Análisis del precio de venta a niños y jóvenes con base en el punto de equilibrio, año 3.....	62
Tabla 8	Presupuesto de publicidad.....	69
Tabla 9	Presupuesto de la promoción de ventas.....	69
Tabla 10	Costo merchandising.....	71
Tabla 11	Presupuesto gastos generales de ventas.....	76
Tabla 12	Proyección de la demanda niños.....	79
Tabla 13	Proyección de la demanda jóvenes.....	79
Tabla 14	Total proyecciones.....	79
Tabla 15	Utilización de la demanda.....	80
Tabla 16	Horario de clases.....	82
Tabla 17	Capacidad instalada.....	84
Tabla 18	Capacidad instalada niños y jóvenes.....	84
Tabla 19	Capacidad utilizada de la academia de música (1° año).....	85
Tabla 20	Capacidad utilizada de la academia.....	86
Tabla 21	Asignación de criterios y pesos.....	89
Tabla 22	Definición y calificación de alternativas.....	89
Tabla 23	Criterios de evaluación de la microlocalización.....	90
Tabla 24	Procedimiento para la prestación del servicio.....	92
Tabla 25	Programa nivel inicial.....	96
Tabla 26	Programa nivel básico.....	96
Tabla 27	Programa nivel técnico.....	96
Tabla 28	Desarrollo de la actividad pedagógica musical.....	98
Tabla 29	Descripción y costo del instrumental para banda.....	99

Tabla 30	Descripción y costo del instrumental orff y de percusión percusión folclórica.....	100
Tabla 31	Descripción y costo del instrumental para orquesta de cuerdas...	101
Tabla 32	Descripción y costo de la estudiantina.....	101
Tabla 33	Descripción y costo del grupo de música popular.....	102
Tabla 34	Descripción y costo de los accesorios para las agrupaciones.....	102
Tabla 35	Costo total de los instrumentos musicales.....	102
Tabla 36	Descripción y costo de equipos de cómputo y oficina.....	103
Tabla 37	Material de clase.....	105
Tabla 38	Descripción y costo de los materiales para el mantenimiento de los instrumentos musicales.....	106
Tabla 39	Descripción y costo del equipo de aseo.....	107
Tabla 40	Descripción y costo de equipo de primeros auxilios.....	107
Tabla 41	Descripción y costo del equipo de seguridad.....	107
Tabla 42	Costo total de los equipos básicos.....	108
Tabla 43	Costo total de los equipos de apoyo.....	108
Tabla 44	Descripción de cargos.....	109
Tabla 45	Seguridad social integral y prestaciones sociales.....	109
Tabla 46	Salario y deducciones profesional de planta.....	110
Tabla 47	Salario y deducciones profesional catedrático.....	110
Tabla 48	Costo total personal (año 1).....	111
Tabla 49	Estimación del tiempo requerido para la fase de inversión.....	119
Tabla 50	Programación fase de inversión del proyecto.....	120
Tabla 51	Gastos preoperativos: fase de inversión.....	121
Tabla 52	Total gastos preoperativos.....	121
Tabla 53	Aspectos legales.....	125
Tabla 54	Descripción de cargos.....	127
Tabla 55	Seguridad social integral y prestaciones sociales.....	128
Tabla 56	Salario y deducciones administradora.....	129
Tabla 57	Salario y deducciones secretaria.....	129
Tabla 58	Costo total personal (año 1).....	129
Tabla 59	Costo de inversiones fijas	134
Tabla 60	Saldo de efectivo requerido en caja.....	135

Tabla 61	Capital de trabajo	136
Tabla 62	Inversiones en el proyecto.....	137
Tabla 63	Costos de financiación y pago del préstamo.....	138
Tabla 64	Costo de los materiales e insumos.....	140
Tabla 65	Costo de personal.....	141
Tabla 66	Depreciación de inversiones fijas	142
Tabla 67	Amortización de diferidos.....	143
Tabla 68	Costos de operación y de financiación.....	144
Tabla 69	Ingreso por concepto de ventas	146
Tabla 70	Estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados.....	148
Tabla 71	Flujo de caja.....	149
Tabla 72	Balance proyectado	150
Tabla 73	Razones financieras	152
Tabla 74	Costo fijo	159
Tabla 75	Punto de equilibrio: Precio de venta y costo variable.....	160
Tabla 76	Punto de equilibrio (cantidad de niños).....	160
Tabla 77	Punto de equilibrio (cantidad de niños y jóvenes).....	161
Tabla 78	Resumen utilidades y punto de equilibrio niños y jóvenes.....	162
Tabla 79	Punto de equilibrio: tarifa del servicio a niños, año 3.....	162
Tabla 80	Punto de equilibrio: tarifa del servicio a jóvenes, año 3.....	163
Tabla 81	Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio, año 3.....	165
Tabla 82	Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio a niños, año 3.....	166
Tabla 83	Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio a jóvenes, año 3.....	167
Tabla 84	Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario de profesor catedrático, año 3.....	168
Tabla 85	Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario del director musical, año 3.....	169
Tabla 86	Flujo de efectivo neto.....	173
Tabla 87	Resumen del cuadro de fuentes y usos del flujo	174
Tabla 88	Análisis de sensibilidad: Valor presente neto vs tasa de	

	oportunidad	177
Tabla 89	Análisis de sensibilidad: Descuento en la mensualidad.....	178
Tabla 90	Matriz para identificación de impactos en la fase preoperativa....	187
Tabla 91	Matriz para la identificación de impactos en la fase operacional..	190
Tabla 92	Plan de manejo ambiental	191

INTRODUCCIÓN

En el transcurso de la carrera de Administración, desde el V semestre, imaginé la posibilidad de ser una emprendedora, pues las materias ahí vistas vislumbraban a mi concepto el inicio del perfil emprendedor, donde se materializaba toda la teoría vista hasta el momento. Comprendí que siendo gerente de mi propia empresa contribuiría a promover el desarrollo de la región, y con en la satisfacción meditaba en llevar a cabo aquel sueño. Así transcurrieron los semestres y fue al final de la carrera donde clarifiqué la idea del negocio que llevaría a cabo para lograr montar mi propia empresa.

La idea surgió gracias a una propuesta de negocios que tenía en mente un profesor especialista de música, - actualmente mi esposo-, de crear una academia de música en la ciudad de Popayán, quien me manifestó la necesidad de la ciudad, de contar con un establecimiento que brinde una formación teórico-instrumental bien estructurada, además de otros aspectos estructurales y estratégicos inherentes al negocio.

Así la iniciativa de establecer una Academia de música en la ciudad de Popayán se convirtió en la opción de emprendimiento adecuada a realizar y tome la decisión de hacer el estudio de factibilidad para la creación de dicha academia. En primera instancia empiezo a identificar las necesidades prioritarias de la población, respecto a la formación musical como una alternativa de aprendizaje no formal, para la integración social de un aprendizaje, solo como práctica opcional, no de formación como profesionales en dicho campo.

Por tanto, a través de este proyecto educativo, se pretende dar respuesta al acceso y disfrute de la práctica musical de la población, aprovechando su potencial, con el ánimo de incrementar este tipo de enseñanza, la cual proporciona el desarrollo de las facultades del ser humano y de la sociedad.

En el presente proyecto educativo en formación musical, se evaluará la oportunidad de establecer un servicio relacionado con la educación pedagógica musical no formal, específicamente una academia de música. Este proyecto pretende realizar un trabajo con niños y jóvenes del municipio de Popayán, desarrollando en ellos destrezas conducentes a una excelente formación musical, que permita una buena formación auditiva y teórica, igualmente un alto desempeño en la interpretación de los instrumentos musicales de iniciación (instrumental Orff y tradicional colombiano), sinfónico (orquesta y banda) e instrumentos electrónicos, con la finalidad de formar artistas competitivos, adquiriendo conceptos técnicos y teóricos aplicados a las diferentes disciplinas musicales (composición, dirección e instrumento).

El establecimiento y ejecución del proyecto en Popayán presupone la elaboración de un plan de acción para investigar sobre la educación musical no formal en este municipio, abordando y realizando unas etapas propias, compiladas en unos

estudios para definir la importancia y viabilidad del mismo, que para efectos documentarios se estructuran conforme a los siguientes capítulos.

En el **capítulo I** se abordan aspectos concernientes a las **Generalidades del Proyecto**: se exponen aspectos conceptuales necesarios que permiten tener una idea sobre el tema problema de estudio, los antecedentes, clasificación del servicio a ofrecer, legislación, entidades promotoras de Academias musicales en Colombia, análisis de entornos, matriz de análisis externo; a través de este último se determina el nivel de favorabilidad del proyecto y finalmente las conclusiones de las generalidades del proyecto. El **capítulo II** hace referencia al **Estudio de Mercado**: contiene elementos del mercado, como la mezcla de marketing aplicada al proyecto, incluye la realización de una investigación de mercados, partiendo del servicio a ofrecer y el público objetivo. Se determinó una proyección de la demanda respecto a los servicios a ofrecer, las características de la oferta e identificación de la competencia.

En el **capítulo III** se expone lo relacionado al **Estudio Técnico**: inicia con la determinación de la capacidad instalada y utilizada; la ingeniería del proyecto, que comprende los procesos para la prestación del servicio, descripción de los servicios de la Academia de Música, materiales e insumos, recursos humanos, costo anual del personal, descripción de las edificaciones, el costo, finalmente el espacio físico y distribución de planta.

El **capítulo IV** aborda el **Estudio Administrativo**: éste describe el tipo de sociedad escogida para la etapa de operación de la futura empresa, la estructura organizativa, descripción de cargos, funciones; los requerimientos de materiales, insumos, equipos y personal; establece el marco de referencia filosófico-organizacional consignada en la Misión, Visión y principios de la academia.

El **capítulo V** hace referencia al **Estudio Financiero y Evaluación Financiera**: incluye el desarrollo de elementos financieros como las inversiones requeridas, determinación de ingresos, costos de operación y financiación, entre otros, que permitieron hacer las respectivas proyecciones financieras, que a su vez fueron sometidas a análisis posterior en el momento de realizar la respectiva evaluación financiera que determinó la bondad del proyecto, utilizando para ello herramientas como el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR), punto de equilibrio y el análisis de sensibilidad.

Finalmente, el **capítulo V** describe la **Evaluación Económica Social y Ambiental**: en ella se estima de manera aproximada el impacto que generaría la puesta en marcha de la empresa en el ámbito económico, social y ambiental, determinando las incidencias positivas y la forma de atenuar aquellos impactos negativos que minimamente se presentarían.

I. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1. MÚSICA

La música es un fenómeno, un arte, una expresión que se perfila en el transcurso de la historia con diferentes connotaciones que al mismo tiempo son afectadas por otros hechos de tipo social: revoluciones, clases sociales, grupo al que se dirige; de tipo económico: el auge de algún tipo de cultivo, un grupo que dirige la economía, adelantos tecnológicos que transforman la forma de producción; de tipo político: la ideología de quienes gobiernan y sus intereses particulares¹.

Desde que el hombre es hombre, la música ha estado presente en todas las comunidades, haciendo parte de la vida cotidiana de los pueblos y constituyendo uno de los fundamentos del conocimiento social e histórico de las sociedades.

El movimiento musical en Colombia es una realidad heredada de las culturas indígena, negra y europea, llegando hasta nuestros días en agrupaciones musicales de diferentes géneros y formatos instrumentales; todos nuestros pueblos, forman parte fundamental de las tradiciones musicales, ya sean de tipo bandístico, coral, orquestal, tradicional o popular.

La música se define como: “El arte de combinar los sonidos de la voz humana o de los instrumentos, o de unos y otros a la vez, para crear un determinado efecto: la música es una forma de arte presente en casi todas las sociedades humanas”². Por lo tanto en música, “la voz humana es usada como un instrumento musical. La voz es el sonido producido por el aparato fonador humano. La emisión consciente de sonidos producidos, utilizando el aparato fonador, es conocida como canto. El canto tiene un rol importante en el arte de la música, porque es el único instrumento musical capaz de integrar palabras a la línea musical”³.

1.1 ACADEMIA DE MÚSICA

Las academias de música: “Son centros de formación oficiales o privados, que tienen la finalidad de promover el desarrollo artístico y estético de la persona. Son establecimientos donde se imparten cursos de música, aprendizaje e interpretación de instrumentos musicales”⁴.

¹ Historia de la música en Guatemala. [En: Monografias.com.](#)

² Diccionario de la lengua española

³ Enciclopedia WIKIPEDIA

⁴ *Ibíd.*, Pág. 10

1.2 ANTECEDENTES DE LAS ACADEMIAS DE MÚSICA

En el mundo ha surgido diversidad de manifestaciones en el arte musical, por tanto siempre se va a encontrar una relación permanente entre música e historia a través del tiempo. La música usa las ropas y trajes propios de cada sociedad, de cada lugar, en un momento o espacio de tiempo específico y no se repiten de igual forma, logrando un permanente estado de cambio y movimiento que no siempre ha sido perceptible y evidenciado. Así, los caminos del saber pedagógico musical son especialmente complejos por cuanto se generan desde los campos de la música, la educación y la pedagogía, de los cuales toma prestados conceptos, paradigmas, estéticas, prácticas y lenguajes. De esta manera, se evidencia que el terreno o territorio de la pedagogía musical no está unificado, no tiene una unicidad o estructuración homogénea sistemática, que le permita actuar o mostrarse como una disciplina, sino que se ha ido configurando en relación directa, indirecta o causal con las reflexiones, planteamientos, concepciones, problemáticas y desarrollo histórico de los campos antes mencionados.

De esta forma, las expresiones musicales adquirieron cada vez mayor fuerza en sus diferentes dimensiones; el siglo XX es considerado como el siglo de la música de Latinoamérica, pues el nacionalismo logra pleno desarrollo como una forma de manifestarle al mundo su existencia y su identidad nacional. En este periodo se escriben las páginas, no solo de los países fuertes en este rubro como México, Brasil, Argentina o Cuba, sino en el resto de los países que conforman el gentilicio latinoamericano, como creador de música. En 1.950, Latinoamérica se impregna del movimiento musical con una variedad estética experimental increíble y difícil de explicar.⁵

A nivel de Latinoamérica, Argentina es uno de los mayores exponentes en proyectos musicales e investigaciones. Ha implementado proyectos con el fin de promover la educación musical con nuevas tecnologías a través de proyectos como el SHIPEM (Sistema Hipermedial para Educación Musical), fundamentado en la necesidad de desarrollar y evaluar propuestas viables, sobre lo que se entiende actualmente como educación musical básica y formación docente en el área de la educación artística, con el fin de aportar experiencias concretas que posibiliten revertir en alguna medida, problemas que atraviesa esta disciplina en Argentina. El marco del proyecto SHIPEM y otros anteriores, se sustentan en cursos previos de capacitación y pruebas de campo con distintos grupos de sujetos destinatarios, relacionados a la implementación de nuevas tecnologías en la educación musical. Se realizan cursos de capacitación docente en las modalidades presenciales aprobadas, reconocidas y evaluadas positivamente por la Red Federal de Formación Docente Continua (R.F.F.D.C.) de la provincia de

⁵ Educación musical en Colombia. [En](#): Enciclopedia Wikipedia.

Santa Fe Argentina, organismo habilitado para tal fin por el Ministerio de Educación.⁶

En Argentina entre los centros musicales más reconocidos están:

- El Conservatorio Nacional de Música, organismo federal ubicado en la ciudad de Buenos Aires; fundado por el compositor Carlos López Buchardo en 1924.
- El “Conservatorio de Música de la Ciudad de Buenos Aires” (1989), cuando el Ministerio de Educación y Justicia por Resolución 643/89 divide el “Conservatorio Nacional de Música Carlos López Buchardo” en dos establecimientos:
 - ✓ Escuela Nacional de Música (ciclo inicial y primer ciclo).
 - ✓ Conservatorio Nacional Superior de Música (ciclo medio y ciclo superior), ambas con estructuras administrativas independientes.
- El Conservatorio Provincial de Música Julián Aguirre, dependiente de la Dirección de Educación Artística de la Provincia de Buenos Aires, fundado en 1951, siendo su primer director el maestro Alberto Ginastera. Está dedicado a la formación de músicos y profesores de instrumentos, canto, educación musical, dirección coral y composición. Actualmente, supera los 2000 alumnos. El Conservatorio llena las aulas de los colegios de Buenos Aires de maestros y profesores de música, de orquestas, coros y directores. Ha formado solistas de renombrado prestigio y otros muy jóvenes en vías de conseguirlo.⁷
- Centro Andino para la Educación y la Cultura (CAPEC), ha realizado trabajos desde hace 18 años, centrados principalmente en niños, adolescentes y jóvenes, en quienes el potencial de creatividad, expresión, comunicación, están latentes y a la espera de ser liberados.

Los principales programas que desarrollan:

- ✓ ***Estimulación por el arte para la infancia:*** cuyo objetivo principal es fortalecer a niños en situación de riesgo (desnutrición, violencia familiar y social), a través de la creatividad artística y el juego. El programa comprende además de talleres semanales, un espacio de ludoteca y biblioteca infantil. Los padres, junto con “promotoras comunitarias”

⁶ SAN MARTÍN, Patricia. Implementación de nuevas tecnologías en la Educación Musical Proyecto SHIPEM. Escuela de Música de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional de Rosario (U.N.R.) - Argentina

⁷ Conservatorio Provincial de Música Julián Aguirre. Dirección de Educación Artística de la Provincia de Buenos Aires.

capacitadas para este programa, participan activamente, compartiendo las actividades lúdicas y artísticas de sus hijos.

- ✓ **Embajada Musical Andina:** es un programa de hermandad e integración cultural. Se trata de un grupo vocal/instrumental, que tiene vida desde el año 1993, integrado por 36 jóvenes de los talleres musicales de Argentina, Bolivia y Chile.
- ✓ **Tecnicatura en promoción socio-musical:** es el más joven de los programas. Se inició en 2002, capacita a jóvenes desde las ciencias sociales y la música, en la gestión de proyectos de desarrollo que promuevan la mejora del bienestar social, la calidad de vida y por ende de los “desarrollos locales”.
- ✓ **La voz de los sin voz:** este proyecto tiene por objetivo recuperar memorias que se extinguen, abordan un trabajo en el terreno del patrimonio ancestral. Se trata de la “experiencia piloto” de un programa internacional de registro de patrimonios intangibles (musicales, danzarios y festivos), presentado a la UNESCO por el Embajador Argentino Miguel Ángel Estrella y apoyado además por el Ministerio de Cultura de la Nación y el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto.⁸

En México se destacan:

- ✓ **La ENM** (Escuela Nacional de Música), que cuenta con los mejores instrumentos para el ingreso al nivel propedéutico. En el campo de formación realizan capacitaciones a sus estudiantes en la interpretación y manejo instrumental. También ha llevado a cabo la formación integral del músico, la actualización de los planes y programas de estudio del nivel licenciatura y el reforzamiento de la planta de docentes y maestros a través de la superación académica. Esta se abrió como representante en el área musical de la Universidad Nacional Autónoma de México, a múltiples centros educativos y culturales del país, lo que derivó en la fundación de la Asociación Nacional de Instituciones de Enseñanza Musical de México, que tiene por objetivo principal el intercambio académico y la retroalimentación sobre experiencias didácticas.⁹
- ✓ **El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes CONACULTURA**, está encargado de impulsar el arte de la música en todos los sectores de la población. El Sistema Nacional de Fomento Musical (SNFM), tiene a su cargo La Orquesta Sinfónica Infantil y Juvenil de México (OSIM), la agrupación musical más grande del país integrada por 160 niños y jóvenes desde los 8 y hasta los 17 años de edad, provenientes de los 32 estados de la República Mexicana. También está el Coro Infantil de la República, constituido por una selección de niños cantores provenientes de diferentes coros, quienes realizan giras de conciertos por todos los estados del país.

⁸ MOREAU, Susana. Centro Andino para la Educación y la Cultura. (CAPEC) Argentina. No. 9 (julio - octubre 2006).

Su objetivo artístico es abordar el repertorio académico tradicional para estas agrupaciones, así como obras de reciente creación y música folclórica de distintos países.¹⁰

- ✓ **La Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil**, una agrupación de selección nacional que cada año reúne en sus filas a los instrumentistas de las orquestas infantiles y juveniles más destacados de todo el país. La conformación de la Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil responde a una política cultural de atención y desarrollo de músicos, la cual les brinda acceso a experiencias artísticas y musicales significativas con directores de presencia internacional, mientras continúan con su desarrollo en las orquestas juveniles representativas de las ciudades de la República Mexicana de donde provienen, con la finalidad de fortalecer el sentido de un gran movimiento nacional de orquestas juveniles.¹¹

En Cuba los programas de la educación musical puestos en práctica en las escuelas primarias urbanas del país mantienen un diálogo entre lo universal y lo cubano, donde las prácticas musicales universales constituyen el eje central del currículo y en el cual se inserta lo nacional como un complemento y una ampliación de esta visión para contribuir a la “formación de la música”. Entre los centros que llevan la avanzada en el quehacer pedagógico se puede mencionar:

- ✓ El Conservatorio Hubert de Blanck.
- ✓ El Internacional.
- ✓ El Orbón.
- ✓ El Conservatorio Municipal de la Habana.¹²

En Brasil

- ✓ El Conservatorio Universidad Mayor es un moderno centro de formación musical que cuenta con un cuerpo docente internacional, conformado por destacados músicos nacionales y extranjeros, que transmiten sus conocimientos y destrezas a niños, jóvenes y adultos, con objetivos de iniciación y de formación profesional.

Su orientación principal es la formación profesional como Intérprete Musical, orientando la malla curricular a las posibilidades laborales reales de sus egresados, permitiéndoles desarrollar múltiples actividades musicales relacionadas con su instrumento o voz.

Cabe destacar además, la existencia de otras instituciones musicales que a nivel mundial han diseñado metodologías aplicables a la enseñanza musical. Estas han sido empleadas en muchas academias de música, por ejemplo, la Fundación Nacional Batuta (Colombia) que desarrolla “en las etapas de iniciación musical,

⁹ Escuela Nacional de Música (UNAM), 1998

¹⁰ Sistema Nacional de Fomento Musical, CONACULTA - Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

¹¹ UNAM, Op.cit. , pág. 11.

¹² BARCELÓ REINA, Nadiesha. Lo cubano en la Educación Musical del Siglo XX.

una aproximación pedagógica derivada de la metodología Orff, en una adaptación de ésta y otras tendencias de la educación musical inicial, a la condición de los contextos culturales, musicales y sociales del país”.¹³

Entre las metodologías mundiales más utilizadas se encuentran:

- ✓ **El método Suzuki**, para aprender a tocar un instrumento musical. Esta recogido actualmente en libros y grabaciones para piano, violín, viola, flauta travesera, flauta dulce, violonchelo, arpa, guitarra, contrabajo. Está más orientado a niños, pero también para adultos que quieren empezar a aprender a tocar uno de estos instrumentos.
- ✓ **El método de Carl Orff**, pretende enseñar los elementos musicales en su estado más primitivo. Los instrumentos utilizados en este método no requieren una técnica especial (como el violín o el piano). Así, hablamos de pies, manos, o instrumentos básicos como el tambor, triángulo y los de placas como los xilófonos y metalófonos. Se basa en los juegos de los niños y en aquello que el niño comprende y utiliza normalmente.

El método está muy relacionado con el lenguaje, ya que los ritmos se trabajan muchas veces con palabras. De ahí se deduce que también las palabras se pueden trabajar con los ritmos y por lo tanto encontramos en este método una gran ayuda para el habla de nuestro hijo.

Se trabaja también con canciones populares, como hemos visto en el método Kodály, para que el niño practique con los elementos musicales más sencillos y pueda pasar después a aprender la teoría.

Un aspecto muy desarrollado por el método Orff es el del movimiento, pero se trata de un movimiento corporal básico, no de ballet. Así, se habla de caminar, saltar o trotar al ritmo de la música.

- ✓ **El Método Kodály** trabaja mucho con la canción. La coral sirve para convertir el aprendizaje de la música en algo útil y práctico para el niño. Kodály cree que el mejor sistema para desarrollar las aptitudes musicales es la voz, que es el instrumento más accesible a todos. Se enseña música a través de las canciones por una razón: las canciones infantiles acostumbran a utilizar las mismas notas, los mismos ritmos, etc.

Así, el niño se acostumbra a escuchar esas notas, esos ritmos y, en consecuencia, parte de la práctica para llegar después a la teoría.

- ✓ **El Método Dalcroze**, se caracteriza por la habilidad de manipular conceptos a través de la improvisación en lugar de repetir información memorizando, lleva a la verdadera comprensión. Además, la observación

¹³ Proyecto Educativo batuta, pág.16.

de la improvisación permite al profesor ver qué es lo que el niño ha interiorizado y qué debe seguir trabajando.

El inconveniente de este método se presenta para aquellos que quieran “resultados rápidos”. El método Dalcroze tiene profundos efectos en la interpretación musical, pero no está orientado a ofrecer resultados visibles a corto plazo.

1.3 CLASIFICACIÓN DE LAS ACADEMIAS DE MÚSICA

En lo relacionado a las academias no existe una categorización definida como regla general, puesto que cada academia define su propia modalidad en cuanto al tipo de enseñanza que ofrece; unas con énfasis sólo en la práctica instrumental, otras que dan además áreas como canto, técnica vocal, gramática musical, etc.

1.4 IMPORTANCIA DEL PROYECTO

La Academia de Música será una instancia que respalde, promueva y brinde una mayor oportunidad de propuestas artísticas a la comunidad local, respecto a la teoría musical, a las técnicas de ejecución instrumental e interpretación de los diferentes instrumentos musicales, con lo cual se espera brindar aportes a la comunidad, de manera que se adquiera un alto nivel de conocimiento académico-musical e igualmente a nivel folclórico y popular, tan necesario para el buen desarrollo y evolución del arte y la cultura tradicional, dado que ha sido uno de los aspectos más descuidados en nuestro medio en el transcurso de todos los tiempos, especialmente en el departamento del Cauca, en donde buena falta hace promover el rescate de nuestra verdadera identidad músico- cultural.

Hoy en día se conoce y experimenta sobre las ventajas que brinda la música y el arte en la potencialización del desarrollo cerebral (especialmente la creatividad). El quehacer musical sensibiliza al individuo, favorece su motricidad y coordinación del cuerpo, además contribuye al buen empleo del tiempo libre y a la construcción de valores de los alumnos en la interacción con los demás.

El recurrir de la música a la participación de todo el ser humano, dinámica sensorial, afectiva, mental y espiritualmente, contribuye al desarrollo de todas las facultades mentales y sensoriales, armonizándolas entre sí, favoreciendo su enriquecimiento, convirtiéndose en un medio para practicar el arte e igualmente en un elemento educativo.¹⁴

Se quiere ofrecer a la comunidad una instancia cultural que enriquezca sus horizontes de oportunidades formativas, creando músicos talentosos con

¹⁴ BARAKE, Rafael et al. Parámetros de contenidos y alcances para las prácticas colectivas de coros, bandas y orquestas. En: Informe presentado al Ministerio de Cultura.

compromiso social, que contribuyan al enriquecimiento en la formación integral y permanente, donde se domine el lenguaje artístico musical adoptando una actitud inteligente, reflexiva y sensible que satisfaga las necesidades actuales, alcanzando resultados competitivos dentro de los estándares de calidad, en demanda de la población para la creación y ejecución de la música.¹⁵

La enseñanza musical se ofrece a los diferentes géneros y edades invitando a involucrarse en la producción musical, que sin lugar a dudas, es una de las áreas de mayor relevancia en el desarrollo artístico, poco explorado hasta el momento.

Desde el punto de vista académico, como futuros administradores de empresas, reviste vital importancia llevar a la práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, con este tipo de estudios que son una aproximación a lo que más adelante puede convertirse en un plan de negocio real. Por lo tanto por medio de una adecuada planificación, organización y dirección, se pretende brindar además un aporte y estímulo a la profesión musical, contribuyendo al desarrollo y crecimiento artístico- cultural de la población. Este estudio se convierte en una herramienta valiosa, que permite determinar la conveniencia de la creación de la Academia de Música, dando respuesta a los problemas y/o oportunidades que se encuentran en el mercado, teniendo en cuenta los aspectos técnicos, económicos y financieros necesarios para llevar a cabo la idea de negocio.

1.5 LEGISLACIÓN DE LAS ACADEMIAS DE MÚSICA

Este proyecto se inserta en el modelo de educación no formal, regida en Colombia por la ley 1064 de 2006, denominada ahora como educación para el trabajo y el desarrollo humano, regulada por el Ministerio de Educación Nacional. En el Capítulo II, Organización de las Instituciones Educativas, numeral 2.4 de la ley se estipula lo concerniente a la licencia de funcionamiento de dichas instituciones, y en el Capítulo III, Programas de Formación, se hace referencia a los requisitos para el registro de los programas, que respectivamente se exponen a continuación:

1.5.1 Solicitud de la licencia de funcionamiento. El interesado en crear una institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano de carácter privado, debe solicitar licencia de funcionamiento a la secretaría de educación de la entidad territorial certificada de la jurisdicción que corresponda al lugar de prestación del servicio, con la siguiente información:

- Nombre propuesto para la institución: No podrá adoptarse un nombre, sigla o símbolo distintivo o cualquier otro tipo de denominación o identificación institucional que induzca a confusión con las instituciones de educación superior.

¹⁵ Academia de Música Popular Claudio Díaz Barahona.

- Número de sedes, municipio y dirección de cada una.
- Nombre del propietario o propietarios. Cuando se trate de personas jurídicas se deberá adjuntar el certificado de existencia y representación legal.
- Los principios y fines de la institución educativa.
- El programa o programas que proyecta ofrecer, estructurados de acuerdo con lo establecido en el aparte 3.8., de este decreto.
- El número de estudiantes que proyecta atender.
- Identificación de la planta física: El peticionario deberá adjuntar copia de la licencia de construcción.

PARÁGRAFO. Si transcurridos dos (2) años contados a partir de la expedición de la licencia de funcionamiento, la institución no hubiere iniciado actividades académicas se procederá a su cancelación.

1.5.2 Requisitos para el registro de los programas. Para obtener el registro de un programa, la institución prestadora del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano, deberá presentar a la secretaría de educación de la entidad territorial certificada, un proyecto educativo institucional que debe contener los siguientes requisitos básicos:

- Nombre, domicilio y naturaleza de la institución educativa.
- Denominación: La denominación o nombre del programa debe corresponder al campo de formación al que aplica, al contenido básico de formación e identificarse como programa de educación para el trabajo y el desarrollo humano. Para el caso de los programas de formación laboral el nombre debe estar asociado con las denominaciones previstas en la Clasificación Nacional de Ocupaciones.

Cuando la denominación o nombre del programa propuesto por la institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano, no corresponda a lo previsto en el inciso anterior y por ello genere duda sobre su posible utilización, deberá formularse consulta por parte de la Secretaría de Educación de la entidad territorial certificada al Ministerio de Educación Nacional.

El certificado de aptitud ocupacional que se va a expedir debe coincidir con la denominación o nombre del programa.

PARÁGRAFO. Las instituciones oferentes de la educación para el trabajo y el desarrollo humano no podrán utilizar denominaciones o nombres de programas del nivel técnico profesional, tecnológico o profesional universitario. Cuando se trate de programas de formación laboral, al nombre se le antepondrá la denominación: “Técnico Laboral en...”

1.5.3 Objetivos del programa

- **Definición del perfil del egresado.** Es la descripción de las competencias que el estudiante debe haber adquirido de acuerdo con los estándares nacionales o internacionales, según corresponda, una vez culminado satisfactoriamente el programa respectivo.
- **Justificación del programa.** Comprende la pertinencia del programa en el marco de un contexto globalizado, en función de las necesidades reales de formación en el país y en la región donde se va a desarrollar el programa; las oportunidades potenciales o existentes de desempeño y las tendencias del ejercicio en el campo de acción específico y la coherencia con el proyecto educativo institucional.
- **Plan de estudios.** Es el esquema estructurado de los contenidos curriculares del programa que debe comprender:
 - ✓ Duración y distribución del tiempo.
 - ✓ Identificación de los contenidos básicos de formación.
 - ✓ Organización de las actividades de formación.
 - ✓ Estrategia metodológica.
 - ✓ Número proyectado de estudiantes por programa.
 - ✓ Criterios y procedimientos de evaluación y promoción de los estudiantes.

Los programas de formación laboral deben estructurarse por competencias laborales específicas, teniendo como referente las normas técnicas de competencias laborales definidas por las mesas sectoriales que lidera el Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena.

Por regla general para estructurar el plan de estudios se toman las normas de competencia de los niveles de cualificación C y D de la Clasificación Nacional de Ocupaciones;

Si no existen normas en estos niveles de cualificación se pueden tomar las normas de competencia del nivel de cualificación B.

En caso de que no exista norma de competencia laboral colombiana para diseñar o ajustar el programa, la institución puede emplear normas de otros países, siempre y cuando estén avaladas por el organismo de normalización de competencia del país.

Los programas de educación para el trabajo ofrecidos en la metodología de educación a distancia, deberán demostrar que hacen uso efectivo de

mediaciones pedagógicas y de las formas de interacción apropiadas, que apoyen y fomenten el desarrollo de competencias para el aprendizaje autónomo y la forma como desarrollarán las competencias básicas ciudadanas y laborales generales y específicas.

- **Autoevaluación institucional.** Existencia de instrumentos mediante los cuales se realizará este proceso de manera permanente, así como la revisión periódica de los contenidos básicos de formación y de los demás aspectos necesarios para su mejoramiento y actualización.
- **Organización administrativa.** Estructura organizativa, sistemas confiables de información y mecanismos de gestión, que permiten ejecutar procesos de planeación, administración, evaluación y seguimiento de los contenidos básicos de formación y los diferentes servicios y recursos que garanticen el logro de los objetivos institucionales definidos en el proyecto educativo institucional.
 - ✓ Recursos específicos para desarrollar el programa de acuerdo con la metodología propuesta.
 - ✓ Características y ubicación de las aulas y talleres donde se desarrollara el programa.
 - ✓ Materiales de apoyo: Didácticos, ayudas educativas y audiovisuales.
 - ✓ Recursos bibliográficos, técnicos y tecnológicos.
 - ✓ Laboratorio y equipos.
 - ✓ Lugares de práctica.
 - ✓ Convenios docencia servicio cuando se requieran.
 - ✓ Personal de formadores requeridos para el desarrollo del programa: Número, dedicación, niveles de formación o certificación de las competencias laborales.
 - ✓ Reglamento de estudiantes y de formadores.
 - ✓ Financiación: Presupuesto de ingresos y egresos de recursos financieros que permita el adecuado funcionamiento del programa durante la vigencia del registro.
- **Infraestructura.** Recursos físicos y características tecnológicas de los que se disponga para el desarrollo del programa, que tenga en cuenta el número de estudiantes y la metodología.¹⁶

¹⁶ Reglamentación para la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio público de educación para el trabajo y el desarrollo humano. En: Decreto 4904 de 2009.

1.6 ENTIDADES PROMOTORAS DE ACADEMIAS MUSICALES EN COLOMBIA

Colombia es uno de los países con mayor número de expresiones musicales en Latinoamérica (además de la popular), sin embargo existen grandes deficiencias relacionadas a la distribución de estímulos económicos que provee el Estado, de modo que se hace necesario un continuo y creciente apoyo al fomento de la formación calificada, documentación, difusión y apropiación del trabajo de nuestros compositores, intérpretes, gestores, editores e investigadores.

Por lo anteriormente expuesto, se han llevado a cabo proyectos con programas conducentes a la formación y fortalecimiento de la música colombiana. Con la constitución del Ministerio de Cultura, se ha fomentado en todo el territorio colombiano la construcción del Plan Nacional de Música para la Convivencia a partir de la riqueza musical y de los procesos de apropiación social existentes, buscando fortalecer esta diversidad y garantizar a la población su derecho a conocer, practicar y disfrutar la creación musical. Para cumplir este propósito, fomenta la conformación y consolidación de escuelas de música en todos los municipios del país, promoviendo la educación musical de niños y jóvenes, la actualización y profesionalización de los músicos, la organización comunitaria, el diálogo intergeneracional, la afirmación de la creatividad y la personalidad cultural de cada contexto.

Utilidades. El Plan desarrolla los componentes de formación (bandas, coros, músicas tradicionales y orquestas), dotación de instrumentos y materiales musicales, información e investigación, creación, emprendimiento, circulación y gestión.¹⁷ El Plan Nacional de Música para la Convivencia “centra su accionar en la creación y fortalecimiento de escuelas municipales de formación musical de modalidad no formal en torno a prácticas musicales colectivas: conjuntos de música tradicional, bandas, coros y orquestas infantiles y juveniles.” (CONPES 3409, p. 3).

El Plan Nacional de Música para la Convivencia, formulado a partir del Plan Nacional de Desarrollo 2002-2006 y respaldado por el documento CONPES 3409 de 2006, tiene como objetivo general “Construir ciudadanía democrática, promover convivencia y fortalecer el reconocimiento de la diversidad de identidades culturales, mediante el desarrollo de procesos musicales y la consolidación de escuelas no formales para la población infantil y juvenil, en torno a la práctica, el disfrute y el conocimiento de la música en el país”, y señala como uno de sus objetivos específicos “Contribuir al reconocimiento de los actores y procesos musicales y a la organización del subsector de la música”.¹⁸

¹⁷ Objetivo general del Ministerio de Cultura.

¹⁸ CONPES 3409.

Estos acontecimientos, llevaron a que cada Departamento lidere en su interior, lineamientos de formación y fortalecimiento de los procesos musicales, tal es el caso de Batuta (Sistema Nacional de Orquestas Sinfónicas Juveniles e Infantiles de Colombia), fundación sin ánimo de lucro de carácter mixto, que recibe apoyo del Estado (Acción social) y de la empresa privada. Fue creada en 1991 y desde sus orígenes, su propósito ha sido impulsar la educación musical de la niñez y la juventud de Colombia sin ningún tipo de discriminación, contribuyendo a su formación integral.¹⁹

Dentro de estas acciones, la primera etapa de la Fundación Nacional Batuta se caracteriza por la creación en varios departamentos del país, de otras fundaciones y corporaciones Batuta, como entidades jurídicamente independientes, pero articuladas por una misma razón social, unos mismos principios y propósitos institucionales, regentados en su actividad por la Fundación Nacional.

Por otra parte, el Foro Latinoamericano de Educación Musical (FLADEM), es una institución privada e independiente que nuclea a educadores musicales de todas las áreas y niveles en los países latinoamericanos. Desde su creación en San José de Costa Rica en enero de 1995, al Foro le ha preocupado desarrollar mediante acciones concretas, una mayor conciencia acerca del valor de la educación musical en la formación integral del ser humano, de establecer una red profesional solidaria y operativa que reúna el pensamiento musical latinoamericano.

Fladem Colombia. Se articula desde nuestro país a la red latinoamericana FLADEM, en búsqueda de los siguientes objetivos:

- Establecer una red profesional solidaria y operativa que reúna los educadores musicales a nivel de Latinoamérica. Desarrollar una mayor conciencia acerca del valor de la Educación Musical en la formación integral del ser humano.
- Generar espacios y puentes que permitan una mayor y permanente formación profesional del educador musical latinoamericano, aportando al reconocimiento de su labor social y cultural.
- Crear conciencia en Latinoamérica acerca de la música como bien social y desde allí contribuir a la preservación de las raíces y tradiciones musicales latinoamericanas.
- Ampliar el conocimiento de las herramientas tecnológicas que se pueden aplicar en los distintos niveles de la Educación Musical.

¹⁹ MINISTERIO DE CULTURA (Colombia). Plan Nacional de Música para la Convivencia.

- Promover el intercambio académico de profesores, estudiantes, solistas, conjuntos musicales y materiales didácticos.
- Incrementar la presencia latinoamericana en los encuentros internacionales de Educación Musical para compartir logros y problemáticas y difundir las particularidades regionales de ésta disciplina.

Pueden hacer parte de esta institución pedagogos musicales, músicos, compositores, artistas que trabajan con la educación musical, Pedagogos artísticos e Investigadores en arte.²⁰

1.7 ACADEMIAS DE MÚSICA EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA

Actualmente en el departamento existen 13 academias de música:

- Conservatorio de música.
- Colegio Mayor del Cauca.
- Academia musical la Scala.
- Academia Aires de Pubenza.
- Academia Santa Cecilia.
- Instituto Académico Artístico del Cauca INCA.
- Academia musical Ensamble.
- Ser Música. (Miranda Cauca)
- Academia de música Darezzo.
- Institución Batuta Popayán.
- Academia Arte y Música.
- Beethoven Academia Musical.
- Academia de Artes Dynamia.

1.7.1 Antecedentes del Cauca. Entre los legados musicales que enmarcan a nuestro departamento, el Ministerio de Educación Nacional hacia el año de 1938, se preocupó por fundar varios centros de enseñanza musical en las principales ciudades del país. Es así como tocó en suerte a Popayán, la fundación de la Escuela de Música bajo la dirección del Maestro Daniel Zamudio, quien venía de la Capital de la República.

Estos centros Musicales funcionaban bajo la supervisión del Maestro vallecaucano Antonio María Valencia, quien durante poco tiempo dirigió el Conservatorio Nacional. A él se debe la iniciación de la enseñanza musical en el occidente colombiano. Sus alumnos fueron verdaderos exponentes de cultura y amor por la música.

Desde la fundación del Conservatorio de Música en el año de 1934 esta ha sido una unidad adscrita a la Universidad del Cauca y se ha encargado del desarrollo,

²⁰ Fladem Colombia. Laboratorio Cultural

enseñanza y difusión de la música tanto a nivel local como regional. Desde un principio se estructuraron planes académicos que proporcionaban una formación básica de fundamentación y adquisición de lenguaje musical y de ejecución instrumental. La calidad de los profesores, que a través de la historia han pasado por el Conservatorio, fue propiciando el desarrollo y la necesidad de estructurar planes académicos desde la iniciación musical infantil, hasta el nivel superior. Mediante acuerdo N° 5 del 9 de julio de 1968 se aprobaron los planes de estudios para cada sección: infantil, básicos, licenciatura y especialización en instrumento.²¹

1.7.2 A nivel local. Además del Conservatorio, que se constituye en la principal escuela de formación musical a nivel local y departamental, existen otros centros de enseñanza contando en la actualidad con 12 escuelas. Estos centros ofrecen servicios de enseñanza básica en práctica instrumental, en niveles básicos y medio, principalmente en guitarra, piano y violín.

²¹ Conservatorio de Música. Universidad del Cauca

2. ANÁLISIS DE ENTORNOS

2.1 ENTORNO ECONÓMICO

- **Producto interno bruto.** En el periodo 1980 – 2005 se advierten dos momentos en la participación porcentual. El primero que va de 1980 a 1998 que se caracteriza por su irregularidad con subidas y bajadas. El segundo que arranca en 1999 que es permanentemente ascendente y que al final del período bordea el 1.8%. Sin embargo, en un plazo más largo, el departamento del Cauca aún no alcanza cifras como las de 1950. En ese sentido, la economía del Cauca medida en términos del PIB departamental, comparado con el PIB nacional, ha tenido una tendencia negativa, pues de representar el 3,5% en 1950 pasó a representar el 1,76 en el 2005. Ello significa que la dinámica del aparato productivo regional ha decaído a través de los años, aunque se encuentra en una relativa recuperación. Esta recuperación es más acentuada en el segundo período, animada quizá por los efectos de la Ley 218 de 1995 (Ley de Páez), que atrajo inversión en el sector de la industria gracias a los incentivos fiscales. Pero en conclusión se advierte la escasa participación de la economía del departamento en el agregado nacional. En el mismo periodo 1980 - 2005 el PIB del departamento del Cauca tiene en el comportamiento y dinámica del país. En 2.009, la economía del Cauca presento signos de desaceleración en la actividad económica. El alto desempleo, principalmente en su capital, y la disminución en las remesas afectaron considerablemente la demanda de los hogares. De igual forma, las consecuencias de la crisis internacional y las restricciones comerciales con Ecuador y Venezuela golpearon la economía del suroccidente colombiano. Pese a lo anterior, datos del comercio del DANE y sector externo del Cauca, mostraron desde los últimos meses del año, señales de recuperación en las ventas y producción.²²

Interesa valorar la distribución de PIB departamental por sectores. Como se podría colegir de la vocación rural del departamento del Cauca, en el período 2000 – 2004, según los datos del DANE, el sector más fuerte es el agropecuario. Sin embargo, como lo han demostrado algunos estudios, la escasa articulación de las actividades agropecuarias con procesos de transformación industrial, permite que las cifras no logren una participación consecuente con este rasgo. Por esta misma razón, la industria logra unos porcentajes relativamente altos. Este comportamiento contradictorio tiene que ver con la heterogeneidad del departamento, su pobre integración y la

²² Informe de Coyuntura Económica Regional Departamento del Cauca (ICER), 2.009

concentración de las actividades industriales en el norte, ligadas sobre todo al Valle del Cauca.²³

- **Situación fiscal del departamento.** Al cierre fiscal de 2.009, la gobernación del departamento del Cauca totalizó ingresos por \$ 544.033 millones, 16.5% más respecto al año 2.008, lo que significa \$77.225 millones en términos absolutos.

En esa cifra total, los ingresos por cuenta de las transferencias son los más representativos, \$75.454 millones, lo que indica un aumento de 19.2% proveniente del sistema general de participaciones, para la prestación de los servicios de educación, salud, agua potable y saneamiento básico.

Al mismo periodo, los gastos alcanzaron \$492.033 millones, \$1.794 millones menos respecto al año anterior, lo que indica una caída de 0.4%²⁴.

- **Globalización.** “El valor de las exportaciones no tradicionales del Cauca registró aumento de 42.3%, al pasar de US\$148 millones en 2.008 a US\$211 millones FOB en 2.009. El 99.3% de estas exportaciones provienen de la industria instalada en el norte del departamento, por su cercanía al puerto de Buenaventura”.²⁵

“El balance presentado por exportaciones no tradicionales, el departamento del Cauca indica que el 2.009 fue un año positivo. Respecto al año 2.008, el valor de las ventas externas nuevamente registro un aumento, llegando al 42.3% después de haber crecido al 5.3% durante el periodo 2.007- 2.008.”²⁶

La dinámica exportadora local, indica que los sectores que registraron movimiento exportador fueron el agropecuario y el industrial. En el sector primario se produjo una reducción del monto exportado del 16.1% explicado por la reducción en productos agrícolas y el valor de cero en el sector pecuario, respecto a la actividad presentada en el año 2.008.

A pesar de lo anterior, el balance positivo exhibido por el departamento se debe a que el sector industrial que es el más representativo (99.3%) obtuvo un comportamiento positivo al crecer 43%.²⁷

²³ Observatorio Político. El departamento del Cauca en cifras: situación social y política. Boletín No. 5, Febrero de 2008

²⁴ Informe de Coyuntura Económica Regional Departamento del Cauca (ICER), 2.009.

²⁵ *Ibíd.*, pág. 26.

²⁶ *Ibíd.*, pág. 26.

²⁷ *Ibíd.*, pág. 26.

2.2 ENTORNO POLÍTICO

A este nivel, dentro de sus programas, el gobierno nacional esta incentivando la generación de empresas para impulsar el desarrollo de la región propendiendo por una mejor calidad de vida de la población a través de proyectos en Educación Musical para niños y Jóvenes, como se hace mención en la parte de antecedentes. También existen otros programas de fomento empresarial tal es el caso del programa Laboratorio de Paz y el Fondo Emprender.

2.2.1 Fondo emprender.²⁸ El artículo 40 de Ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender, como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos. Es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años de haber recibido su PRIMER título profesional. El Fondo Emprender otorgará recursos hasta el ciento (100%) por ciento del valor del plan de negocio, siempre y cuando el monto de los recursos solicitados no supere los doscientos veinticuatro (224) salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV).

2.2.2

Laboratorio de paz.²⁹ Los “Laboratorios de Paz” en Colombia, son iniciativas de las comunidades impulsadas por la Unión Europea y el Gobierno Nacional, para la promoción y fortalecimiento de propuestas regionales desde la sociedad civil, que buscan explorar con los instrumentos propios del Estado Social de Derecho, caminos de diálogo y convivencia, mecanismos pacíficos de resistencia y protección de la población civil, frente a la situación de violencia interna generada por el conflicto con los grupos armados ilegales.

Objetivos: Los objetivos principales de los Laboratorios de Paz que Europa promueve son:

- ✓ Defensa de los derechos humanos básicos de todos los habitantes.
- ✓ Construir zonas de convivencia pacífica entre sus habitantes,

²⁸ Manual de financiación del Fondo Emprender. Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

²⁹ Laboratorios de paz. Presidencia de la república.

mediante el fortalecimiento institucional local y el apoyo a actores civiles que promuevan la paz.

- ✓ Impulsar el desarrollo económico y social, incluyendo en la medida de lo posible, la promoción del desarrollo alternativo.

2.3 ENTORNO ECOLÓGICO

La Academia de Música, por su naturaleza y accionar, no genera impactos negativos significativos al medio ambiente; los impactos causados serán controlados a través de la práctica del plan de manejo ambiental. El tipo de contaminación es de tipo auditivo, sin embargo será controlado mediante un apropiado ajuste en la infraestructura de la planta física como: salones con adecuación acústica, ventilación, iluminación, entre otros. Estos y otros tipos de impactos ocasionados se expondrán en detalle en el capítulo VII concerniente a la evaluación ambiental.

“Según lo estipulado en la Resolución 0627 de abril 07 del 2006, artículo 17, *Estándares Máximos Permisibles de Niveles de Ruido Ambiental*, se establecen los estándares máximos permisibles de niveles de ruido ambiental expresados en decibeles ponderados (dB(A))”.³⁰

Tabla 1. Estándares máximos permisibles de niveles de ruido ambiental

SECTOR	DÍA	NOCHE
Universidades, colegios, escuelas, centros de estudio e investigación.	65	50

Fuente: propia de la investigación.

“El verdadero umbral de audición varía entre distintas personas y dentro de la misma persona, para distintas frecuencias. Se considera el umbral del dolor para el humano a partir de los 140 dB. Esta suele ser, aproximadamente, la medida máxima considerada en aplicaciones de acústica”.³¹

2.4 ENTORNO TECNOLÓGICO Y EDUCATIVO

En este aspecto se hace necesario estudiar dos componentes: clase de instrumentos y el nivel de educación musical en el Departamento del Cauca, encontrándose que la oferta de educación superior se concentra en la ciudad de

³⁰ Resolución 627 de 2006 Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial. Alcaldía de Bogotá.

³¹ Enciclopedia Wikipedia.

Popayán, en la cual se cuenta con las siguientes instituciones de educación superior: la Universidad del Cauca que ofrece los programas en Licenciatura en Música , Maestro en Música , Estudios Musicales Básicos Infantil . El Colegio Mayor del Cauca que ofrece cursos personalizados con intensidad horaria semestral de 260 horas, tres días por semana, en los temas de Apreciación musical, Coro, Informática Musical, Gramática, Instrumentos. También están las academias de música que ofrecen formación en guitarra clásica, popular, organeta, violín, técnica vocal, gramática musical.

Hablando de la educación en el Cauca, se puede observar que en su gran mayoría es prestada por el Estado. Así, ya para 1999 el 91,32% de las matriculas en el departamento pertenecen a establecimientos educativos oficiales, mientras que solo el 8,68% eran matriculas en establecimientos no oficiales.

Estas proporciones se mantienen para el año 2006, ya que para ese año del total de matriculados por sector el 91,40% se encontraban inscritos en instituciones educativas públicas del Estado, mientras que solo el 8,6% lo habían hecho en instituciones privadas.³²

2.5 ENTORNO JURÍDICO

La futura Academia se administrará bajo la normatividad legal vigente del Gobierno colombiano consagrados en los diferentes códigos que en consecuencia se difundan.

2.5.1 Normatividad laboral

- **Código Sustantivo del trabajo:** “la finalidad de este código es la de lograr justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social”.³³
- **Sistema de seguridad social integral:** tiene por objeto garantizar los derechos irrenunciables de la persona y la comunidad para obtener la calidad de vida acorde con la dignidad humana, mediante la protección de las contingencias que la afecten.

El sistema comprende las obligaciones del Estado y la sociedad, las instituciones y los recursos destinados a garantizar la cobertura de las prestaciones de carácter económico, de salud y servicios complementarios, materia de esta Ley, u otras que se incorporen normativamente en el futuro.³⁴

³² Boletín no. 5. Febrero de 2008 observatorio político. Pág. 4

³³ Código Sustantivo del trabajo. Artículo 1

³⁴ Sistema de seguridad social integral. Artículo 1o.

2.5.2 Normatividad tributaria. La entidad encargada del control y vigilancia es la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), la cual tiene como función primordial la administración de los impuestos de renta y complementarios, de timbre nacional y sobre las ventas; los derechos de aduana y los demás impuestos internos del orden nacional cuya competencia no esté asignada a otras entidades del Estado, bien se trate de impuestos internos o al comercio exterior; así como la dirección y administración de la gestión aduanera, incluyendo la aprehensión, decomiso o declaración en abandono a favor de la Nación de mercancías y su administración y disposición.³⁵

2.6 ENTORNO SOCIOCULTURAL

La ciudad presenta un alto porcentaje de población y como es reconocido, ésta no cuenta con lugares de recreación o programas que brinden la oportunidad a un sano esparcimiento, o a la utilización del tiempo libre de menores y adultos en una actividad u ocupación socio- cultural para propiciar el rescate y desarrollo de los valores folclóricos musicales tradicionales. A través del establecimiento de la Academia de Música se pretende fortalecer la formación de las personas en su desarrollo motivacional y autoestima, en donde también puedan ocupar su tiempo libre permitiéndoles construir nuevos sentidos y espacios de desarrollo para la música, desde el conocimiento, acercamiento teórico y el ejercicio académico.

2.7 ANÁLISIS DEL SECTOR

En el análisis del sector se estudian aspectos como: Clientes, productos sustitutos, competencia, proveedores, entre otros, los cuales se exponen en detalle, en el capítulo II, Estudio de mercado.

2.8 MATRIZ DE ANÁLISIS EXTERNO

Ayuda a determinar el nivel de favorabilidad de la propuesta, considerando los elementos de análisis respectivo en variables del entorno a nivel económico, político, legal y tecnológico del sector.

El procedimiento utilizado consiste en tomar las variables mencionadas y darles un peso respectivo, que a su vez se multiplican por una calificación igualmente asignada a cada variable según el siguiente criterio:

- 1 = Amenaza fuerte.
- 2 = Amenaza débil
- 3 = Oportunidad débil
- 4 = Oportunidad fuerte.

³⁵ Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

Con base en lo anterior se determina un total que indica el nivel de favorabilidad del proyecto. Para determinar el nivel de favorabilidad se tiene en cuenta la siguiente calificación.

- Valor entre 100 y 175 = Nivel de favorabilidad muy difícil
- Valor entre 176 y 250 = Nivel de favorabilidad difícil
- Valor entre 251 y 325 = Nivel de favorabilidad favorable
- Valor entre 326 y 400 = Nivel de favorabilidad muy favorable

Tabla 2. Matriz de análisis externo

Variables	Peso	calificación	Total
ENTORNO ECONOMICO			
Producto Interno Bruto (PIB)	3	2	6
Fuentes de financiación	6	4	24
Globalización	3	2	6
Situación fiscal	6	4	24
ENTORNO POLITICO			
Programas de fomento empresarial	6	4	24
Programas de fomento para la educación musical	6	4	24
Seguridad ciudadana	5	4	20
Planes de desarrollo	4	4	16
ENTORNO AMBIENTAL			
Políticas ambientales	2	2	4
ENTORNO TECNOLOGICO Y EDUCATIVO			
Cantidad y calidad de los centros de educación musical	6	4	24
Disponibilidad de tecnología	8	4	32
Costo de la tecnología	5	4	20
Nivel de educación de la población	5	4	20
ENTORNO JURIDICO			
Normatividad laboral	3	3	9
Normatividad tributaria	3	3	9
ENTORNO SOCIOCULTURAL			
Tendencias y costumbres de la población	6	3	18
ANALISIS DEL SECTOR			
Clientes actuales y potenciales	6	4	24
Proveedores actuales y potenciales	6	4	24
Competidores	6	2	12

Productos sustitutos	5	2	10
TOTAL	100		360

Fuente: Propia de la Investigación

- Una vez hecho el procedimiento de análisis se alcanzó un valor equivalente a 360 puntos, el cual es considerado MUY FAVORABLE, de acuerdo a los rangos establecidos.
- La música ocupa un lugar importante en la sociedad colombiana, prueba de ello es el interés de los padres de familia, de iniciar a muy corta edad, este tipo de formación especialmente en los estratos medio y alto.
- El gobierno nacional da un lugar importante a la música desde la investigación, práctica, formación y divulgación, a través del PNMC (Plan Nacional de Música para la Convivencia), programa que funciona a través del Ministerio de Cultura y de la Fundación Nacional Batuta.
- Existe un amplio sector privado en la formación de músicos en los programas de educación no formal, especialmente en las capitales de los departamentos, liderado por pedagogos musicales quienes han creado sus propias academias e institutos.
- Aunque en Popayán existen centros públicos y privados encargados de dar formación musical, no son suficientes para cubrir la demanda de la ciudadanía interesada en este arte.

II. ESTUDIO DE MERCADO

1. SERVICIO

Desde el punto de vista del estudio de mercado se pretende determinar la viabilidad de la idea de negocio; en este capítulo se describe el servicio a ofrecer, la demanda actual del servicio, se lleva a cabo el análisis de la investigación de mercados que permite identificar el mercado objetivo, la competencia, mezcla de marketing, se describe el portafolio de servicios a ofrecer, además de otros elementos propios del mercadeo.

La academia de música tiene el propósito de brindar formación musical a niños y jóvenes, inicialmente en las áreas de: lectoescritura musical, coro y formación instrumental. A mediano y largo plazo: prácticas de conjunto, dirección de bandas, de orquesta y de coro; armonía, contrapunto, orquestación, composición, arreglos, historia de la música, apreciación musical y manejo de software relacionados con la música.

1.1 USOS Y ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO

1.1.1 Servicios iniciales a ofrecer. Cursos de gramática musical, enseñanza de instrumental Orff para niños, guitarra (eléctrica y acústica), bajo eléctrico, batería, organeta, flauta traversa, clarinete, saxofón, trompeta y trombón, dirigidos a jóvenes y adultos.

1.1.2 Niveles del servicio. Los niveles de formación en la academia son: inicial, básico y técnico. El ciclo de formación se llevara a cabo respetando la evolución personal de los alumnos.

Ciclo de iniciación musical para niños: Trabajo en los planos auditivo, rítmico, vocal, movimiento corporal y sensibilización musical para niños de 5 y 6 años.

Talleres de lenguaje musical, teclado, coro, formación instrumental (Orff) para niños de 7, 8, 9,10, 11 y 12 años.

Talleres de lenguaje musical, teclado, coro, formación instrumental individual y grupal en: guitarra (eléctrica y acústica), flauta traversa, clarinete, saxofón, trompeta, trombón, bajo eléctrico, batería, organeta, y prácticas de conjunto para adolescentes entre los 13 y 20 años

Talleres de lenguaje musical, teclado, coro, formación instrumental individual y grupal en: guitarra (eléctrica y acústica), flauta traversa, clarinete, saxofón, trompeta, trombón, bajo eléctrico, batería, organeta y prácticas de conjunto para jóvenes.

1.1.3 Servicios complementarios. Cursos de armonía, contrapunto, apreciación musical, historia de la música, orquestación, arreglos para orquesta, banda, coro y diferentes formatos instrumentales, dirección de coros, banda y orquesta, cursos de gramática musical, canto, guitarra y percusión diseñados para población vulnerable, discapacitados y de tercera edad.

1.1.4 Servicios sustitutos. Dirección de coros, banda y orquesta.

2. MERCADO META

2.1 CLASIFICACIÓN DEL MERCADO META

Inicialmente se planteo como público objetivo a niños, jóvenes y adultos de la ciudad de Popayán, producto del análisis de los resultados en la investigación del mercado, la cual se explicara más adelante en el ítem referente al tamaño de muestra.

2.2 CARACTERÍSTICAS

2.2.1 Características generales. Los clientes de la futura empresa están ubicadas principalmente en el municipio de Popayán, pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6.

2.3 MERCADO META ACTUAL

El grupo objetivo está conformado principalmente por aquellos aspirantes que deseen obtener una formación musical del tipo de educación no formal (denominada ahora como educación para el trabajo y el desarrollo humano).

2.4 MERCADO META FUTURO

Estratos 1 y 2 por subvención del estado o de la empresa privada.

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1.1 Antecedentes del problema. La ciudad presenta un alto porcentaje de población y como es reconocido, ésta no cuenta con lugares de recreación o programas que brinden la oportunidad a un sano esparcimiento, o a la utilización del tiempo libre de menores y adultos en una actividad u ocupación socio- cultural para propiciar el rescate y desarrollo de los valores folclóricos musicales tradicionales. A través del establecimiento de la Academia de música se pretende fortalecer la formación de las personas en su desarrollo motivacional y autoestima, en donde también puedan ocupar su tiempo libre permitiéndoles construir nuevos sentidos y espacios de desarrollo para la música, desde el conocimiento, acercamiento teórico y el ejercicio académico.

La Escuela de música promoverá también valores para fortalecer la identidad musical y cultural. Formará artistas creativos, que realicen su obra con sentido estético; que ejerzan una conciencia crítica y autocrítica de la realidad; contribuirá a desarrollar las capacidades intelectuales, físicas y espirituales que le permitirán al músico realizar interpretaciones instrumentales y vocales.

3.1.2 Formulación del problema. ¿Es viable y factible, desde el punto de vista económico, social, técnico y financiero la implementación de una academia de música n la ciudad de Popayán?

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 Objetivo general. Determinar características y tamaño potencial de la demanda de los servicios de una academia musical.

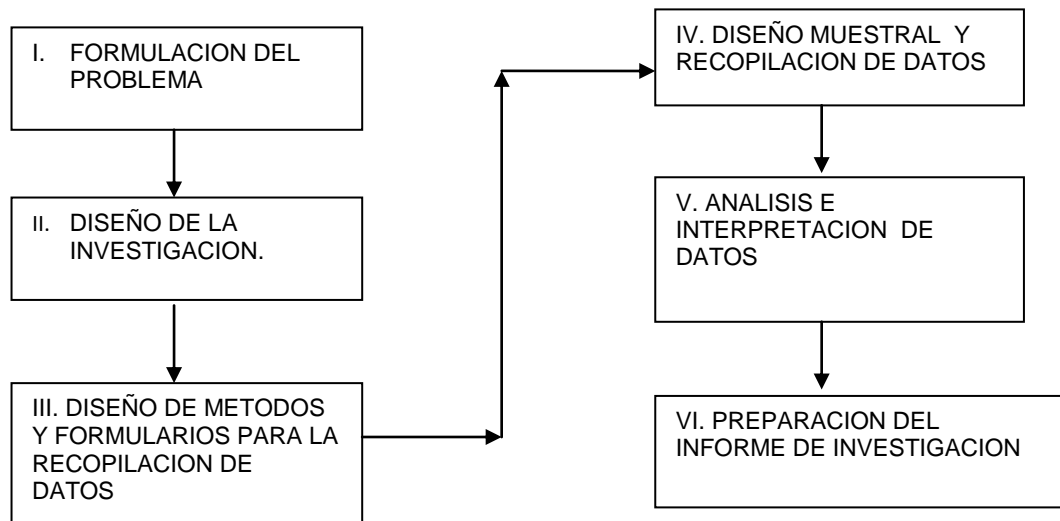
3.2.2 Objetivos específicos.

- ✓ Identificar las características esenciales del consumidor en cuanto a opiniones y gustos de las academias de música.
- ✓ Identificar los servicios de enseñanza musical existentes en la ciudad.
- ✓ Determinar la frecuencia con que el mercado objetivo contrata dichos servicios.
- ✓ Determinar la intención de los clientes objetivo en acceder a los servicios que pretende prestar la academia.
- ✓ Identificar los medios de comunicación apropiados para llegar a inducir a los clientes a que contraten los servicios de la empresa.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1 Naturaleza del diseño de la investigación. Como punto de partida, en el presente estudio se utilizó la investigación cualitativa, antes de pasar a una investigación estructurada (cuantitativa), debido a que se necesitó una comprensión cualitativa de los factores que influyen en el problema. El tipo de investigación cualitativa fue exploratoria, ya que se tenía escaso conocimiento de la temática a investigar; fue necesario recolectar datos secundarios para los cuales se acudió a fuentes gubernamentales como la cámara de comercio, secretaria de educación y el DANE; también se utilizaron bases de datos en línea y fuera de línea como Internet y bibliografía, respectivamente. Este tipo de investigación proporcionó una perspectiva y comprensión del problema, además fue la base para el desarrollo de la investigación cuantitativa, que permitió el conteo de los datos recolectados, facilitando identificar la demanda de los servicios en materia musical en la localidad. Se trabajó con una investigación concluyente, de tipo descriptivo de corte transversal con una muestra representativa, a fin de identificar el mercado potencial, para lo cual se acudió a la elaboración de una encuesta como mecanismo para la recolección de la información.

Figura 1. Proceso de investigación



3.3.2 Recopilación de los datos primarios y secundarios. Para la recolección de datos se recurrió inicialmente a una entrevista que sirvió como investigación exploratoria dirigida al señor Juan Carlos Gómez licenciado en música de la Universidad del Cauca, magíster en dirección de orquesta de la Universidad

Nacional, quien trabaja y conoce los requerimientos para el establecimiento de una academia musical.

Así mismo, se diseño de manera complementaria como instrumento de medición, una encuesta en la etapa de la investigación de mercado como parte de la investigación descriptiva, además se hace uso de fuentes secundarias como se menciona en el ítem 3.3.1, referente a la naturaleza del diseño de la investigación.

3.3.3 Diseño del cuestionario. Se llevo a cabo la elaboración de dos tipos de cuestionarios: uno dirigido a los estudiantes y otro a los padres de familia (ver anexos A y B).

3.3.4 Población. La población seleccionada para del estudio fueron los niños y jóvenes de la ciudad de Popayán, pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6.

3.3.5 Marco muestral. Los datos relacionados con el público objetivo, se obtuvieron a través de una base de datos proveniente de la Alcaldía, en la oficina de Planeación municipal de Popayán, sobre las comunas existentes en el municipio; esta describe los barrios, el número de viviendas y habitantes correspondientes a cada comuna.

3.3.6 Tipo de muestreo. El tipo de muestreo que se utilizó para esta investigación fue el muestreo aleatorio estratificado: “En él, los elementos de la población se dividen en grupos a los que se le llama estratos, de manera que cada elemento pertenece a uno y sólo a un estrato. Si los estratos son homogéneos, el muestreo aleatorio estratificado proporciona resultados tan precisos como los de un muestreo aleatorio simple.”³⁶ Por lo anterior podemos concluir que este tipo de muestreo nos permite identificar la población según su nivel de ingreso, dado que existe una relación directa entre estrato económico vs nivel de ingresos.

3.3.7 Tamaño de la muestra. Se obtuvo teniendo en cuenta que el tamaño de la población objeto de estudio es finita, la fórmula utilizada fue la de proporción finita. El valor de p y q es de 50% dado que se desconocen sus valores; además con ellos se obtiene un mayor tamaño de muestra. El coeficiente de confianza utilizado fue de 1.96 y el margen de error del 10%.

Una vez determinado la población total a considerar para la futura empresa, se pasó a realizar el cálculo del número de hogares a encuestar, utilizando la siguiente fórmula:

³⁶ Estadística para Administración y Economía, pág. 288.

$$n = \frac{NZ^2 \cdot (P \cdot Q)}{E^2 + Z^2 \cdot PQ}$$

$$n = \frac{265.976 (1.96)^2 (0.25)}{265.976(0.1)^2 + (1.96)^2(0.25)} = \frac{255.443,3504}{2660.7204} = 96 \quad \text{—} \quad \mathbf{100 \text{ personas a encuestar}}$$

En donde:

n: número de encuestas.

N: población.³⁷

z: coeficiente de confianza, z=1.96

E: Margen de error del 10%, e = 0.1

p: Porcentaje de veces que ocurre el fenómeno en la población: 50%,

p = 0.5

q: (1-p) Porcentaje de la no ocurrencia del fenómeno: 50%, q = 0.5.

Para el caso, se definieron, diseñaron y elaboraron las encuestas para dos tipos de población:

- 50 encuestas dirigidas a los padres de familia (con hijos entre los 5 a 11 años).
- 50 encuestas dirigidas a los estudiantes (entre los 12 y 20 años de edad)

Se eligió hacer la encuesta a los padres de familia, porque son ellos los que inciden respecto al bien o servicio a adquirir para sus hijos. Por su parte, los estudiantes son los verdaderos clientes directos del servicio y quienes toman la decisión final de tomarlo o no.

Así las cosas, se escogieron estas dos poblaciones para la realización de dichas encuestas. El diligenciamiento de las mismas se realizó directamente en determinados establecimientos educativos para localizar la población objeto de estudio, en razón a la mayor facilidad de hallazgo de estudiantes en las edades requeridas y de sus padres, provenientes de estratos 3, 4, 5 y 6, requeridos.

3.3.8 Trabajo de campo. Una vez seleccionada la población a encuestar, se llevó a cabo la aplicación del instrumento de medición el cual tardó en promedio cinco minutos por encuestado. Cabe destacar que uno de los mayores inconvenientes para la realización del trabajo de campo, se presentó a la hora de ubicar el personal requerido para su ejecución, pues la población meta estaba constituida específicamente por personas pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad, debido a que el tipo de muestreo utilizado para esta investigación fue

³⁷ proyecciones municipales de población 2005-2011 sexo y grupos de edad cauca ,

el muestreo aleatorio estratificado. Así mismo fue necesaria la elaboración de dos tipos de formatos de las encuestas: uno dirigidos a personas cuyas edades oscilaran entre los 12 y 20 años de edad y otro dirigidos a los padres de familia cuyos hijos tuvieran una edad entre los 5 a 11 años. Para el primer formato se escogió a la población estudiantil de básica secundaria, a fin de precisar su ubicación, de este modo se realizó la solicitud de permisos para llevar a cabo su diligenciamiento; no obstante al concluir dicha labor se tuvieron que descartar aproximadamente 40 encuestas debido a que no pertenecían a los estratos requeridos en el estudio. Por otra parte, para la realización del segundo formato, dirigido a padres de familia, se ubicó a la población objetivo en los establecimientos de básica primaria, en espacios de reuniones de padres de familia de los establecimientos. Lo anterior dilató el proceso para el análisis de la información porque la programación de dichas reuniones se efectuaron en fechas muy posteriores a la fecha de solicitud del permiso, para lo cual no hubo más alternativa, debido a que no se contaba con el permiso de otros establecimientos los cuales no accedieron a la solicitud de llevar a cabo el trabajo de campo en sus colegios.

3.3.9 Análisis del instrumento de medición. Previa a la aplicación del instrumento de medición se efectuó una revisión a fin de validar la forma y contenido de los interrogantes estructurados en la encuesta, para lo cual se recurrió a dos tipos de personas; colegas administradores y personas que coincidían con el tipo de encuestado requerido (perteneciente a los estratos 3 y 4). Además se llevo a cabo una prueba piloto de la encuesta a 5 personas a fin de comprobar la comprensión y claridad en las preguntas. De este modo, al realizar pruebas piloto, fue posible mejorar el contenido de la encuesta haciendo ajustes respectivos integrando algunas preguntas y/o modificando la forma de plantearlas.

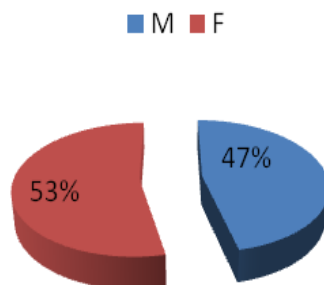
Para la elaboración del cuestionario se recurrió a la preparación de preguntas en escalas primarias de tipo nominal, dicotómicas, de opción múltiple y de Likert. Por otra parte, es preciso aclarar que de acuerdo al diseño de la encuesta no todas las preguntas debieron ser respondidas en razón en que algunas de ellas estaban condicionadas por la contestación de otras; así por ejemplo, la pregunta número once (11) si ha sido contestada afirmativamente prosigue con las siguientes preguntas, en caso contrario pasará a la pregunta número quince (15). Por tanto, la cantidad de respuestas no necesariamente coincide con el total de encuestados, además se debe considerar que algunas preguntas son de múltiple respuesta frente a un interrogante como es el caso de las preguntas tres (3), doce (12) dieciséis (16) y veintiuno (21).

3.4 ANÁLISIS DE DATOS

3.4.1 Análisis de encuestas dirigida a los estudiantes (formato 1). A continuación se llevara a cabo la interpretación de los resultados a partir de cada una de las preguntas formuladas en la encuesta dirigida a los jóvenes entre los 12 y 20 años de edad. El total de encuestas es de 50 a estudiantes:

1. Género:

Gráfica 1. Género

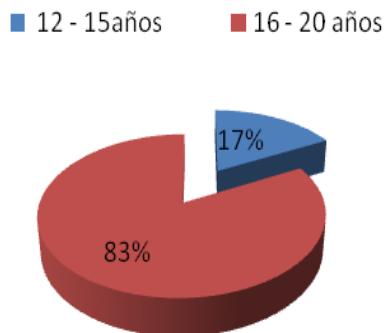


Fuente: Propia de la Investigación

Hay un mayor porcentaje de mujeres (53%) y el resto (47%) correspondiente a hombres.

2. Su edad está entre:

Gráfica 2. Edad



Fuente: Propia de la Investigación

La mayoría (83%) corresponde a los estudiantes entre los 16 y 20 años de edad y el resto a estudiantes entre los 12 y 15 años de edad (17%). Por lo tanto, la academia tendrá en cuenta esta información para orientar los servicios de acuerdo a las tendencias que muestra la población.

3. A que actividad u ocupación socio- cultural acude en el tiempo libre?

Gráfica 3. Actividad u ocupación socio- cultural

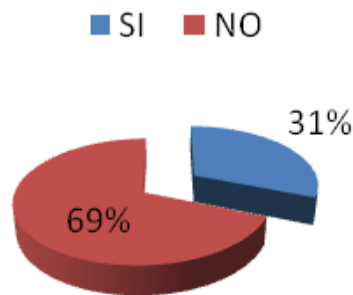


Fuente: Propia de la Investigación

La actividades u ocupaciones socio- culturales de mayor demanda son los centros deportivos (23%), luego las prácticas musicales (21%) y en tercer lugar el cine y otras actividades (13%). En la opción de otras actividades están en primer lugar el internet, el futbol, el voleibol y el taekwondo. Lo anterior demuestra que la academia es una buena oportunidad para ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes.

4. Conoce usted de alguna academia de música en Popayán?

Gráfica 4. Academias de música en Popayán

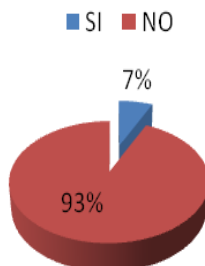


Fuente: propia de la investigacion.

Un alto porcentaje de estudiantes testifican no conocer academias de música en la localidad (69), el resto afirma conocerlas, lo cual indica que gran parte de la población no tiene conocimiento de este tipo de servicios en la ciudad. Cabe destacar que entre los establecimientos de mayor conocimiento están el conservatorio, posteriormente Batuta y finalmente la Escala. Por tanto la academia hará una fuerte campaña de difusión y promoción de sus servicios.

5. Esta usted inscrito (o asiste) a instituciones (academias y afines) de música y similares?

Gráfica 5. Inscritos a instituciones de música y similares



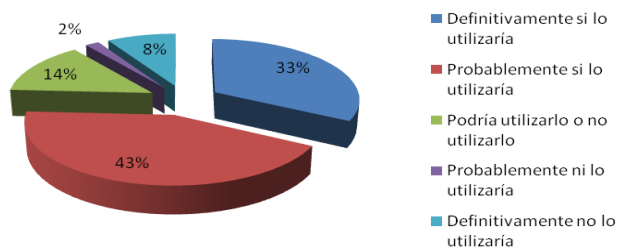
Fuente: Propia de la Investigación

Un alto porcentaje (93%) de los estudiantes encuestados no asisten a instituciones de música y similares, en tanto un pequeño porcentaje sí asiste (7%). Esto nos demuestra que la academia tiene un medio altamente favorable para ofrecer sus servicios para esta demanda no atendida.

6. Se ha proyectado en la ciudad de Popayán, la creación de una Academia de Música que pretende la formación de personas a través de la enseñanza musical abordando los temas de lectoescritura, el canto y las técnicas de ejecución instrumental como: guitarra, organeta, batería, bajo eléctrico; en la interpretación de diferentes géneros musicales.

¿Estaría usted dispuesto a inscribirse en la Academia de Música?

Gráfica 6. Personas dispuestas a inscribirse en la academia



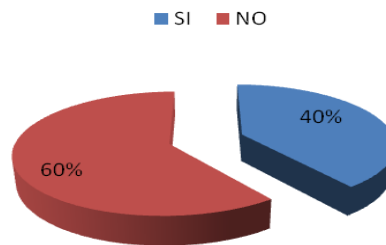
Fuente: Propia de la Investigación

Respecto a la intención de las personas para acceder a los servicios que Academia pretende brindar el 43% respondió que probablemente si utilizaría dichos servicios, por su parte el 33% manifiesta su decisión definitiva en acceder a los servicios de la Academia, seguidamente los encuestados expresan poder

utilizar o no los servicios (14%), entre tanto el restante público manifestó probablemente no acceder a los servicios o definitivamente no utilizarlos, (2%, 8% respectivamente). Lo anterior demuestra que gran parte del público tiene interés en el aprendizaje musical, así la academia pondrá especial cuidado en atender a las necesidades y expectativas expresadas.

7. ¿Sabe usted en qué consiste la lectura y escritura musical?

Gráfica 7. En qué consiste la lectura y escritura musical

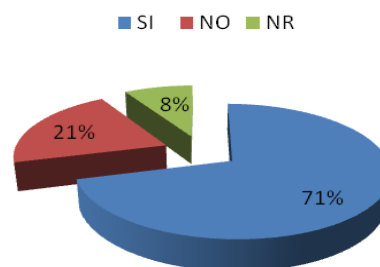


Fuente: Propia de la Investigación

Un porcentaje significativo de la población encuestada tiene conocimiento en el área musical (60%), el resto (40%) manifiesta no saberlo. Por consiguiente un objetivo clave de la academia consistirá en dar a conocer los beneficios que trae la práctica de este arte, con el fin de crear buenas expectativas en dicho tema.

8. Le gustaría aprender hacer lectura y escritura musical?

Gráfica 8. Aprendizaje en lectura y escritura musical

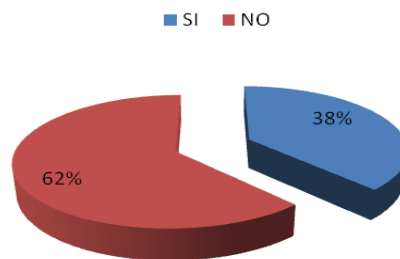


Fuente: Propia de la Investigación

Gran parte de los estudiantes seleccionada le gustaría aprender hacer lectura y escritura musical (71%), otros afirman no querer aprender (21%), finalmente el restante 8% no respondieron. Por tanto la academia atenderá de manera especial este requerimiento para satisfacer las necesidades y gustos de nuestros clientes.

9. Ha cantado en forma aficionada o en forma profesional?

Gráfica 9. Canto en forma aficionada o profesional

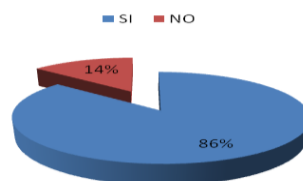


Fuente: Propia de la Investigación

Un porcentaje significativo de la población encuestada (62%) afirma haber cantado en forma aficionada o profesional, el resto (38) manifiesta no hacerlo. lo anterior demuestra un alto grado de aceptación de la población frente a esta materia; así la academia pondrá atención en mostrar a nuestros futuros clientes la importancia y el valor de la voz como instrumento propio del hombre.

10. Le gustaría conocer la técnica vocal?

Gráfica 10. Técnica vocal

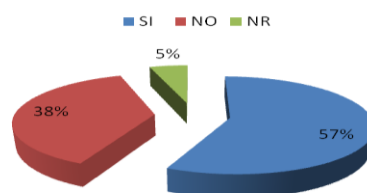


Fuente: Propia de la Investigación

Gran parte de la población (86%) respondió que si les gustaría conocer la técnica vocal, por su parte un pequeño porcentaje (14%) manifiesta no estar interesados en conocer dicho campo. Por consiguiente, dada la gran acogida que tiene esta área en las personas la academia tendrá en cuenta brindar programas relacionados con el estudio vocal.

11. Ha ejecutado algún tipo de instrumento musical?

Gráfica 11. Estudiantes que han ejecutado algún instrumento musical

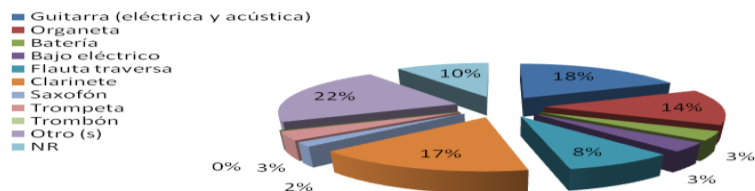


Fuente: Propia de la Investigación

La mayor parte de los encuestados ha ejecutado algún tipo de instrumento musical (57%), mientras la otra parte (38%) manifiestan no haber ejecutado ningún tipo de instrumento. De acuerdo a lo anterior se podrá determinar cuáles son las tendencias y gustos del público, información a tener en cuenta a la hora de implementar los servicios en la academia.

12. Cuál(es) de los siguientes instrumentos ha ejecutado?

Gráfica 12. Instrumentos ejecutados



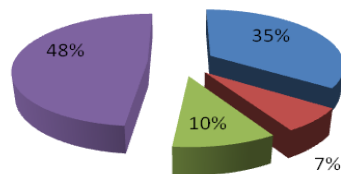
Fuente: Propia de la Investigación

La población encuestada afirma haber ejecutado “en primer lugar” otro tipo de instrumentos como: la flauta dulce, tambor y violín, entre otros (22%), en segundo lugar la guitarra (18%), en tercer lugar el clarinete (17%), seguidamente la organeta (14%), flauta travesera (10%), finalmente un pequeño porcentaje toca batería, bajo eléctrico y trombón (3%), y saxofón (2%). Así la academia tendrá en cuenta los instrumentos de mayor preferencia entre la gente, a fin de satisfacer sus necesidades.

13. ¿Con qué frecuencia practica el instrumento(s) de su preferencia?

Gráfica 13. Frecuencia de práctica del instrumento

■ De una a dos veces a la semana ■ De tres a cinco veces a la semana
■ Más de cinco veces a la semana ■ NR



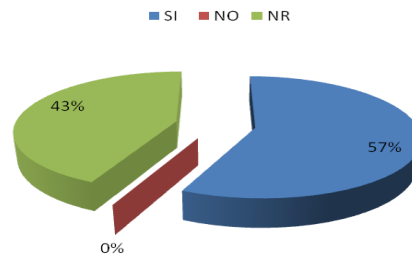
Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo al gráfico se puede apreciar que el 48% de los encuestados no responde a esta pregunta debido a que no practican ningún instrumento, entre tanto el 35% manifiestan que hacen práctica instrumental de una a dos veces a la semana, seguidamente el 10% dicen hacerlo más de 5 veces a la semana y

finalmente el 7% de la población encuestada manifiesta tener prácticas de tres a cinco veces a la semana. Lo anterior revela que es poca la población que realizan práctica instrumental; de ahí que la academia tiene una gran labor la cual tendrá como meta fundamental crear en las personas el gusto y hábito por la práctica instrumental.

14. Le gustaría mejorar? ...perfeccionar?

Gráfica 14. Estudiantes a quienes les gustaría mejorar... perfeccionar

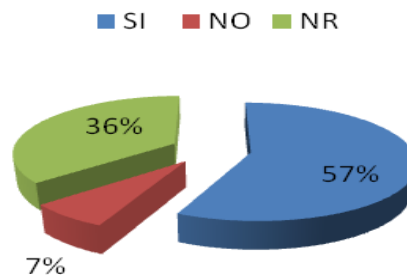


Fuente: propia de la investigación

Más de la mitad de los encuestados (57%) manifiestan querer mejorar o perfeccionar el manejo del instrumento que ejecutan, la otra parte (43%) no practica ningún instrumento y por tanto no respondieron la presente pregunta. Esto demuestra el interés del público en el tema, por tanto la academia orientará sus esfuerzos en brindar un servicio de alta calidad.

15. Le gustaría aprender a tocar algún instrumento?

Gráfica 15. Estudiantes que les gustaría aprender a tocar algún instrumento

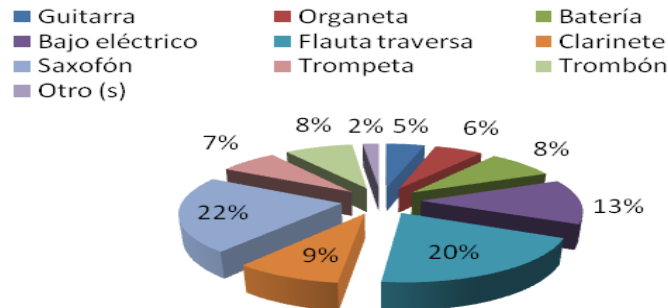


Fuente: Propia de la Investigación

Más de la mitad de los estudiantes encuestados (57%) están interesados en aprender a tocar algún instrumento, otra parte no respondió (36%), finalmente una pequeña parte (7%) expresan no querer aprender a tocar. Frente a estos resultados la academia tendrá especial atención en ofrecer el mejor servicio, que permita a nuestros clientes el aprendizaje y la ejecución del instrumento(s) de su preferencia.

16. Cuál(es) de los siguientes instrumentos le gustaría aprender a mejorar? ...perfeccionar?

Gráfica 16. Instrumentos que les gustaría aprender a mejorar...perfeccionar

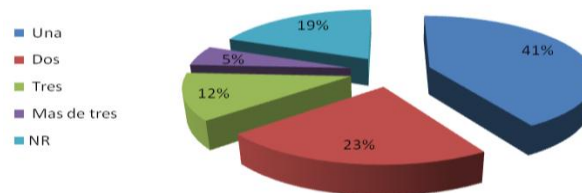


Fuente: Propia de la Investigación

Entre los estudiantes encuestados hay unos que están interesados en aprender a mejorar, perfeccionar en la práctica del saxofón (22%), otros la flauta travesera (20%), bajo eléctrico(13%), clarinete (9%), la batería y el trombón (8%), trompeta (7%), organeta(6%), guitarra (5%), finalmente el resto (2%) manifiesta estar interesado en aprender otros instrumentos como violín y piano. Así la academia tendrá en cuenta ofrecer alternativas de selección de instrumentos para nuestros futuros clientes.

17. En caso de que usted haga la inscripción en la academia, ¿a cuántas personas inscribiría?

Gráfica 17. Número de inscritos en la academia

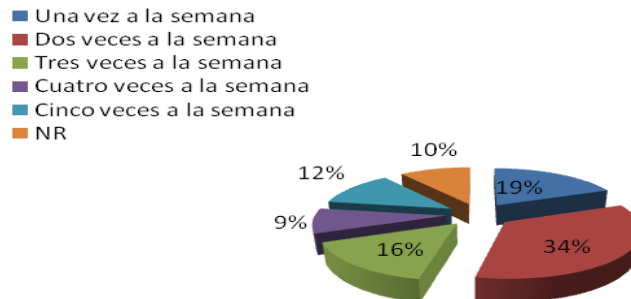


Fuente: Propia de la Investigación

El 41% de los encuestados solo harían su propia inscripción, otros harían la inscripción de dos personas (23%), el 19% no responden a la pregunta, otros afirman inscribir a tres personas (12%), finalmente unos pocos (5%) realizarían la inscripción de más de tres personas. Según estos datos, casi la mitad de los estudiantes confirman su inscripción a la academia, fuera de las otras inscripciones, cifra significativa para la demanda del servicio. Esto nos indica que tendríamos asegurada aproximadamente la inscripción de la mitad de la población, ante lo cual la academia tendrá un variado portafolio de servicios para ofrecer a nuestros clientes.

18. ¿Con qué frecuencia asistiría a la Academia?

Gráfica 18. Frecuencia con que asistiría a la academia

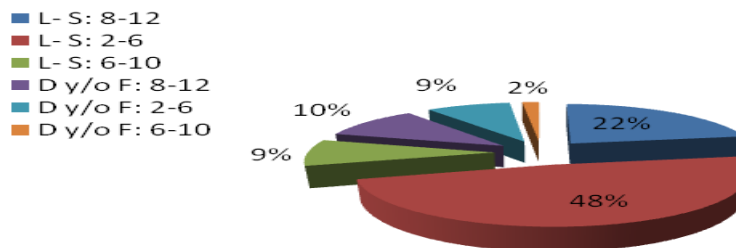


Fuente: Propia de la Investigación

Más de la mitad de los encuestados afirma que asistiría a la academia una o dos veces a la semana (19% y 34% respectivamente), otros tres veces a la semana (16%), cinco veces a la semana (12%), el 10% no respondió y el resto afirma poder asistir cuatro veces a la semana (9%). Por ende la academia tendrá en cuenta dicha información para concertar la asistencia de la gente.

19. En caso de que se interese en ingresar a su hijo a la Academia de Música, ¿en qué horarios le gustaría asistir a la Academia?

Gráfica 19. Horarios para asistir a la academia

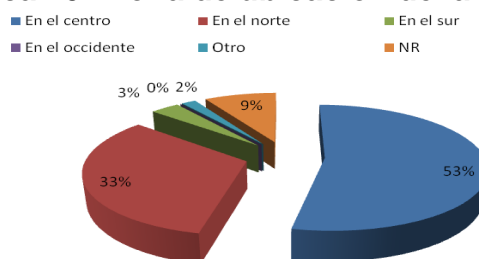


Fuente: Propia de la Investigación

Casi la mitad de los estudiantes asistiría a la academia en el horario de lunes a sábado de 2 a 6 de la tarde (48%), otros estudiantes afirman poder asistir de lunes a sábado de 8 a 12 del día (22%), otros los domingos y/o festivos de 8-12 del día (10%), otros los domingos y/o festivos de 2 a 6 de la tarde y también de lunes a sábado de 6 a 10 de la noche (9%), finalmente una pequeña parte asistirían los domingos y/o festivos de 6 a 10 de la noche (2%). En general se puede ver que las personas prefieren asistir en días de semana. Así pues la academia tendrá en cuenta estos horarios para facilitar su asistencia y no interferir en sus otras actividades.

20. ¿En qué zona de la ciudad le gustaría que quedara ubicada la Academia?

Gráfica 20. Zona de ubicación de la academia

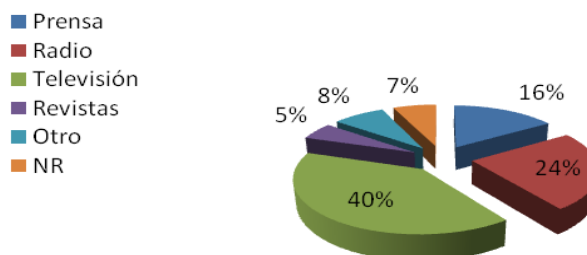


Fuente: Propia de la Investigación

Más de la mitad (53%) de los encuestados manifestó que le gustaría que se ubicara en el centro, otros en la zona norte de la ciudad (33%), el 9% no respondió, otros en el sur (3%), por último otros manifiestan querer que esta se encuentre ubicada en otro punto (2%), cuya opción fue el oriente de la ciudad. De acuerdo a esto la academia considerará este punto de ubicación puesto que nos garantizará la asistencia de más del 50% de clientes.

21. Cuáles de los siguientes medios de comunicación acostumbra a utilizar usted?

Gráfica 21. Medios de comunicación utilizados



Fuente: Propia de la Investigación

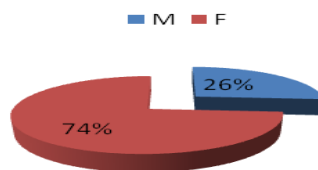
El medio de comunicación más utilizado dentro de la población encuestada es la televisión (40%), en el uso de canales nacionales e internacionales en primer lugar de audiencia, seguido de la televisión local, del total encuestado; en segundo lugar expresan la radio como uno de los medios que más frecuentan (24%), entre las emisoras más sintonizadas están: Tropicana y La Mega respectivamente; en tercer lugar está la prensa como otra opción entre los medios masivos de comunicación (16%), entre los cuales se estima en primer orden el diario El Liberal, El Tiempo y El Extra respectivamente, cuarto lugar otros medios como el internet (8%), 7% no respondieron, por último el resto de los encuestados respondió hacer uso de revistas como semana y cromos (5%). Se puede apreciar que es la televisión el medio de mayor audiencia entre la población, por tanto la academia hará uso de ella, al igual que la radio y la televisión por ser los medios

de comunicación más frecuentados. Así la academia considerará estos medios a la hora de hacer la publicidad de sus servicios.

3.4.2 Análisis de encuestas dirigida a los padres de familia (Formato 2). A continuación se llevará a cabo la interpretación de los resultados, a partir de cada una de las preguntas formuladas en la encuesta dirigida a los padres de familia cuyos hijos tienen edades entre los 5 y 11 años de edad. El total de encuestas es de 50 padres de familia:

1. Género

Gráfica 22. Género

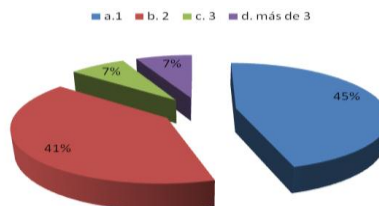


Fuente: Propia de la Investigación

Al igual que la encuesta dirigida a los estudiantes, encontramos que hay un mayor porcentaje de niñas (74%) de los hijos de los padres de familia encuestados y el restante a niños (26%).

2. Cuantos hijos tiene?

Gráfica 23. Número de hijos

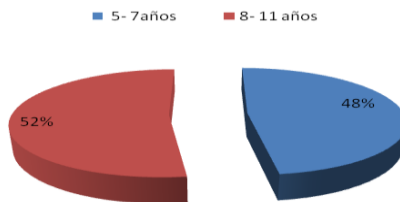


Fuente: Propia de la Investigación

El 45% de los padres de familia encuestados respondieron tener solo un hijo(a), en segundo lugar dicen tener 2 (41%), por último respondieron tener tres o más de tres (7%). Existe una gran población objetivo (personas que tienen entre 1 y 2 hijos), que representan el 86% de la población; lo cual nos representa una oportunidad, dado que pueden adquirir los servicios que ofrece la academia.

3. La edad de su(s) hijo(s) está entre:

Gráfica 24. Edad

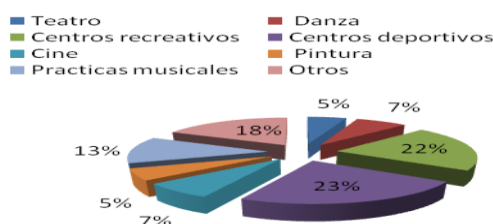


Fuente: Propia de la Investigación

Las edades de los niños de los padres seleccionados tienen entre 8 y 11 años, (52%), el resto corresponde a los niños cuyas edades oscilan entre los 5 y 7 años (48%).

4. ¿A que actividad u ocupación socio- cultural acude su hijo en el tiempo libre?

Gráfica 25. Actividad u ocupación socio- cultural

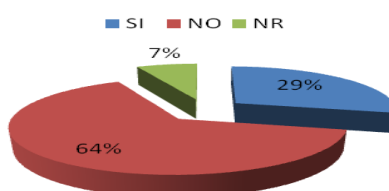


Fuente: Propia de la Investigación

La actividad u ocupación socio- cultural de mayor demanda de los niños son los centros deportivos (23%), al igual que los estudiantes encuestados, posteriormente los centros recreativos (22%), en tercer lugar encontramos otras actividades (18%). En la opción de otras actividades están en primer lugar los juegos en casa, paseo al parque y lectura en biblioteca infantil.

5. Conoce de alguna academia de música en Popayán?

Gráfica 26. Academias de música en Popayán

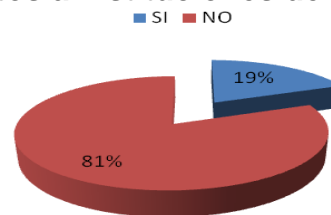


Fuente: Propia de la Investigación

Los estudiantes tienen más conocimiento de academias de música en la ciudad, contrario a los padres de familia que en su mayoría desconocen dichas instituciones (64%). Seguidamente otros padres testifican si conocer (29%), finalmente el 7% no respondió. Entre los establecimientos que mayor conocimiento tienen los padres de familia están: el Conservatorio, el Colegio Mayor y finalmente Batuta. Por tanto la academia lanzará una campaña promocional de sus servicios, en especial a esta población que da cuenta de los productos y/o servicios que ofrece el mercado local.

6. Está su hijo inscrito (o asiste) a instituciones (academias y afines) de música y similares?

Gráfica 27. Inscritos a instituciones de música y similares



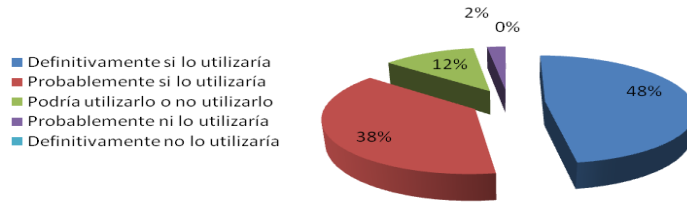
Fuente: Propia de la Investigación

Un buen porcentaje de los padres de familia no ha inscrito a sus hijos en instituciones musicales o afines (81%), en tanto un pequeño porcentaje si (19%). En igual tendencia que los estudiantes que en su gran mayoría no están inscritos en academias de música (93%). Así la academia puede aprovechar esta oportunidad en el mercado para hacer una fuerte campaña publicitaria para ofertar sus servicios, con la finalidad de suplir las necesidades de esta población aun no atendida.

7. Se ha proyectado, en la ciudad de Popayán, la creación de una Academia de Música que pretende la formación de personas a través de la enseñanza musical abordando los temas de lectoescritura, el canto y las técnicas de ejecución instrumental como: guitarra, organeta, batería, bajo eléctrico; en la interpretación de diferentes géneros musicales.

7. ¿Estaría usted dispuesto a inscribir a su hijo en la Academia de Música?

Gráfica 28. Personas dispuestas a inscribirse a sus hijos en la academia

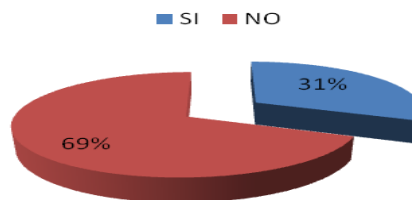


Fuente: Propia de la Investigación

Al igual que los estudiantes, más de la mitad de los padres (86%) de familia respondió afirmativamente expresando que definitivamente si utilizaría dichos servicios (48%); y otros también manifiestan que probablemente si acceden a los servicios de la Academia (38%). Aparte otros padres encuestados expresan poder utilizar o no los servicios (12%), entre tanto el restante público manifestó probablemente no acceder a los servicios (2%). Lo anterior indica la gran acogida de la población, de modo que la academia tendrá en cuenta sus necesidades para ofrecerles un buen servicio.

8. ¿Sabe su hijo en qué consiste la lectura y escritura musical?

Gráfica 29. En qué consiste la lectura y escritura musical

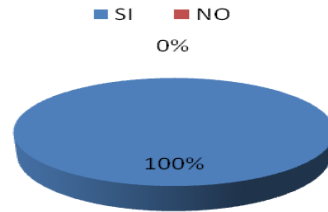


Fuente: Propia de la Investigación

Contrario a la respuesta de los estudiantes encuestados, más de la mitad de los padres de familia afirman que sus hijos no saben de lectura y escritura musical (69%), sólo una pequeña parte (31%) manifiestan saberlo. Por consiguiente la academia tendrá como objetivo fundamental el afianzamiento en esta área dentro de su plan de estudios.

9. Le gustaría que su hijo aprenda la lectura y escritura de la música?

Gráfica 30. Aprendizaje en lectura y escritura musical

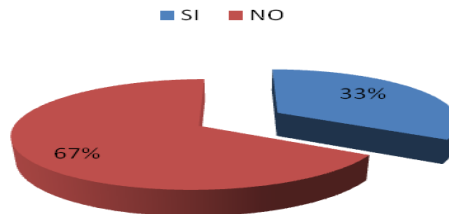


Fuente: Propia de la Investigación

Todos los padres de familia encuestados manifiestan en su totalidad (100%), estar interesados en que sus hijos aprendan la lectura y escritura de la música; un gran porcentaje de los estudiantes (71%) están interesados también en este aprendizaje, por este resultado academia entre sus programas establecerá obligatoriamente este plan de estudios como eje articulador de los contenidos musicales.

10. Su hijo ha cantado en forma aficionada o en forma profesional?

Gráfica 31. Canto en forma aficionada o profesional

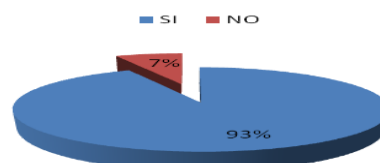


Fuente: Propia de la Investigación

Los estudiantes, al igual que los padres de familia respecto a sus hijos, en ambos casos en un alto porcentaje, afirman haber cantado en forma aficionada o profesional (62% y 67% respectivamente); entre tanto el resto de los niños no lo ha hecho (33%). Esto confirma una percepción positiva por parte de los estudiantes como de los padres de familia. Por tanto la academia tendrá especial atención en el desarrollo del componente de la técnica vocal.

11. Le gustaría que su hijo conozca la técnica vocal?

Gráfica 32. Técnica vocal

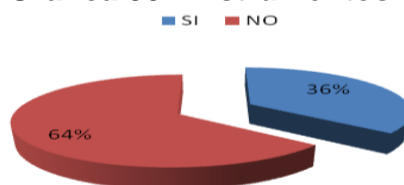


Fuente: Propia de la Investigación

Un porcentaje muy alto de padres (93%), opinan lo mismo que los estudiantes, quienes respondieron que si les gustaría que sus hijos conozcan la técnica vocal; por su parte un pequeño porcentaje de la población encuestada manifiesta no estar interesados (7%). Por tanto la academia dentro de su plan de estudios tendrá también en cuenta este programa dada la gran acogida que tiene.

12. Su hijo ha ejecutado algún tipo de instrumento musical?

Gráfica 33. Instrumentos

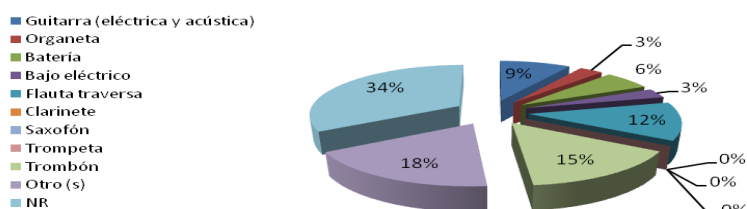


Fuente: Propia de la Investigación

En este caso son pocos los niños que han ejecutado algún instrumento (36%), situación contraria a los estudiantes; el (64%) no ha ejecutado ningún tipo de instrumento musical. Por esta razón la academia orientará sus esfuerzos en ofrecer adecuada inducción y enseñanza infantil con personal profesional en el campo; promocionando la adquisición de los instrumentos de mayor preferencia y motivando especialmente los niños por el arte y la música.

13.Cuál(es) de los siguientes instrumentos ha ejecutado su hijo?

Gráfica 34. instrumentos ejecutados

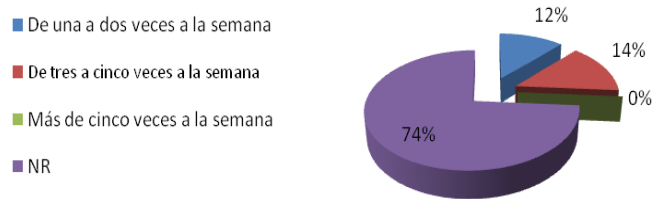


Fuente: Propia de la Investigación

El 34% de los padres encuestados no respondió a la presente pregunta; el 18% de los encuestados afirma que sus hijos han ejecutado instrumentos musicales como la flauta dulce, el violín, la lira, el tambor y el acordeón diatónico, en segundo lugar están los niños que saben tocar trombón (15%), en tercer lugar los que tocan flauta travesera (12%), guitarra (9%), batería (6%), finalmente el resto toca organeta y bajo eléctrico (3%). Así la academia impartirá la enseñanza de una gran variedad de instrumentos para que nuestros clientes tengan alternativas de elección.

14. ¿Con qué frecuencia practica su hijo el instrumento(s) de su preferencia?

Gráfica 35. Frecuencia de práctica del instrumento

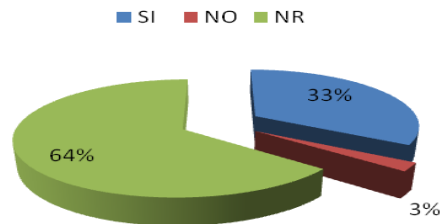


Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo al gráfico se puede apreciar que el 74% de los encuestados no responde a esta pregunta debido a que sus hijos no practican ningún instrumento; el 14% manifiesta que sus hijos hacen práctica instrumental de tres a cinco veces a la semana, finalmente el 12% dicen que lo hacen de una a dos veces a la semana. Al igual que los estudiantes la academia tendrá en cuenta esta información para establecer los horarios de práctica para garantizar la asistencia de los niños.

15. Le gustaría ayudar a su hijo a mejorar...perfeccionar?

Gráfica 36. Padres que les gustaría ayudar a mejorar... perfeccionar a su hijo

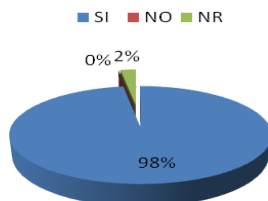


Fuente: Propia de la Investigación

Más de la mitad de los padres encuestados afirman que sus hijos no practican ningún instrumento (64%); otros padres (33%), quieren que sus hijos mejoren o perfeccionen el manejo del instrumento que ejecutan y solo el 3% manifiesta no estar interesados en el tema. En este sentido la academia ejecutará la promoción y publicidad de sus servicios a esta población dado que los resultados revelan desconocimiento de los padres de familia.

16. Le gustaría que su hijo aprenda a tocar algún instrumento?

Gráfica 37. Padres que les gustaría su hijo aprenda a tocar algún instrumento

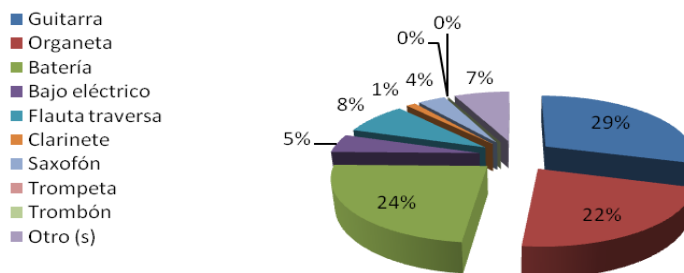


Fuente: Propia de la Investigación

El 98% de los padres de familia encuestados están interesados en que sus hijos aprendan a tocar algún instrumento musical; el resto no respondió (2%). Para lo cual la academia piensa ofrecer sus servicios de enseñanza con una amplia gama de instrumentos para selección del cliente, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros futuros clientes.

17. Cuál(es) de los siguientes instrumentos le gustaría que su hijo aprenda a mejorar...perfeccionar?

Gráfica 38. Instrumento que les gustaría su hijo aprenda a mejorar

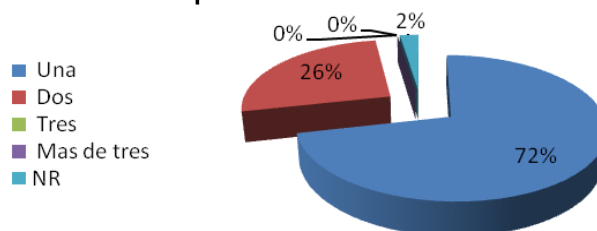


Fuente: Propia de la Investigación

Algunos padres de familia están interesados en que sus hijos aprendan a mejorar, perfeccionar en la práctica de la guitarra (29%), batería (24%), organeta (22%), flauta travesera (8%), otros instrumentos como: flauta dulce, violín y lira (7%), bajo eléctrico (5%), saxofón (4%), finalmente un pequeño porcentaje el clarinete (1%). Fuera de la lista de instrumentos sugerida en la encuesta cabe destacar que en el caso de los estudiantes como los padres de familia les gustaría también el violín. Por esta razón la academia tendrá en cuenta los instrumentos preferidos por nuestros clientes que les permita alcanzar un alto nivel en la ejecución del instrumento(s).

18. En caso de que usted haga la inscripción en la academia, ¿a cuántas personas inscribiría

Gráfica 39. Número de inscritos en la academia

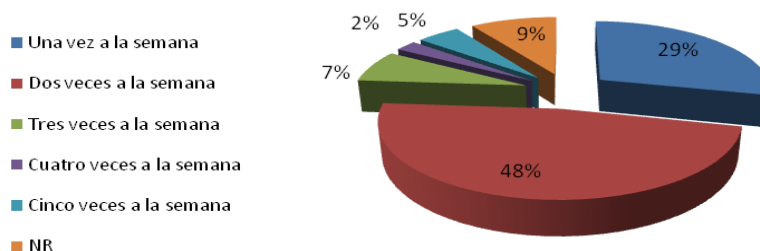


Fuente: Propia de la Investigación

Al igual que los padres de familia hay un alto grado de inscripción de los estudiantes (41%) que harían su propia inscripción, por su parte, más de la mitad de los padres encuestados (72%) harían una sola inscripción, otros padres harían la inscripción de dos personas (26%), finalmente el 2% no responde. Lo anterior nos indica que tendríamos asegurado más del 50% de la población para el desarrollo de los servicios; para lo cual la academia pondrá a disposición un variado portafolio de servicios.

19. Con que frecuencia asistiría su hijo a la academia?

Gráfica 40. Frecuencia de asistencia del niño a la academia

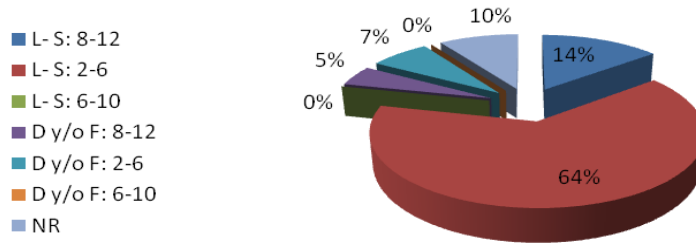


Fuente: Propia de la Investigación

Casi la mitad de los padres encuestados afirma que sus hijos asistirían a la academia dos veces a la semana (48%), otros una vez a la semana (29%), el 9% no responde, tres veces a la semana (7%) otros padres afirman sus hijos podrían asistir cinco veces a la semana (5%), por último el 2% restante cuatro veces a la semana. Igualmente la gran mayoría de los padres de familia y los estudiantes asistirían entre una y dos veces a la semana (19% y 34% respectivamente). Por tanto la academia tendrá en cuenta esta información para programar un horario que facilite su asistencia y no haya interferencia en sus ocupaciones.

20. En caso de que se interese en ingresar a su hijo a la Academia de Música, ¿en qué horarios le gustaría que asista a la Academia?

Gráfica 41. Horarios de asistencia a la academia

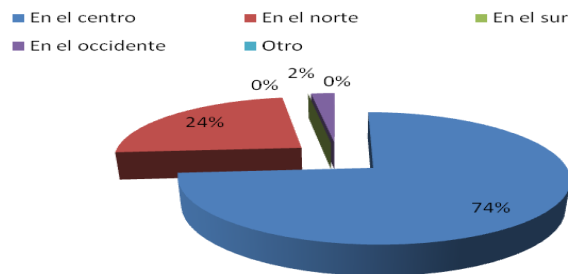


Fuente: Propia de la Investigación

Los estudiantes encuestados al igual que los padres tienen en primera y segunda opción el horario de lunes a sábado de 2 a 6 de la tarde y lunes a sábado de 8 a 12 del día (64% y 14% respectivamente); el 10% no respondió, otros los domingos y/o festivos de 2 a 6 de la tarde (7%), finalmente el resto asistiría los domingos y/o festivos de 8 a 12 del día (5%). Dicha información se tendrá en cuenta a la hora de establecer los horarios de estudio para comodidad a nuestros futuros clientes.

21. ¿En qué zona de la ciudad le gustaría que quedara ubicada la Academia?

Gráfica 42. Zona de ubicación de la academia

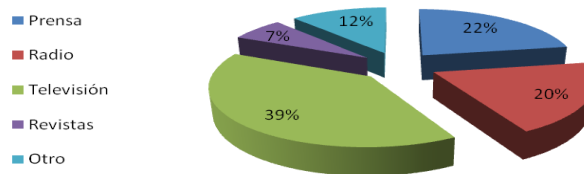


Fuente: Propia de la Investigación

La mayoría de los padres de familia al igual que los estudiantes comparten la idea que la academia se ubique en el centro de la ciudad (74% y 53% respectivamente); en segundo lugar los padres de familia optan por la ubicación en el norte (24%) por último un pequeño porcentaje manifiesta querer esté ubicada en el occidente (2%). La academia tendrá en cuenta esta zona de la ciudad pues esto nos garantiza la asistencia de más del 50% de los estudiantes como de los niños.

22. Cuáles de los siguientes medios de comunicación acostumbra a utilizar usted?

Gráfica 43. Medios de comunicación utilizados



Fuente: Propia de la Investigación

Tanto los estudiantes como los padres de familia, opinan que el medio más usado es la televisión y en segundo lugar la prensa. Respecto a la televisión: primer lugar de audiencia los canales nacionales, seguido de la televisión internacional y local (39%); utilizan la prensa como otra opción de medios masivos de comunicación (22%), en su orden el diario El Liberal, El Tiempo y El Extra, respectivamente; otro de los medios frecuentados es la radio (20%); entre las emisoras mas sintonizadas están: Mil Cuarenta, Caracol radio y La Veterana respectivamente; otros padres hacen uso de otros medios como la internet (12%); finalmente el resto de encuestados respondió hacer uso de revistas (7%) como Semana y Cromos. De modo que la academia hará uso de los medios de comunicación: televisión, radio y prensa por ser los medios de mayor frecuencia entre la población.

3.5 CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- **Conclusiones encuesta a estudiantes**

- ✓ Entre las actividades socio-culturales que los jóvenes desarrollan encontramos que las prácticas deportivas y musicales están entre las de mayor aceptación (23% y 21% respectivamente), lo cual se constituye en una oportunidad para establecer la academia.
- ✓ Hay un gran porcentaje de la población encuestada que desconoce sobre establecimientos musicales en la ciudad (69%), lo que demuestra posiblemente la falta de estrategias de publicidad de los servicios que ofrecen dichas empresas y como consecuencia de lo anterior se evidencia el bajo porcentaje de población que asiste a este tipo de instituciones, solo un 7% asiste a ellas. Por tanto Jubal llevará a cabo una fuerte campaña de publicidad para difundir sus servicios.
- ✓ En cuanto a la intencionalidad de inscribirse en la academia de música, se capta gran aceptación dado que el 43% respondió que probablemente si utilizaría los servicios que ofrece la academia, sumado al 33% que afirman definitivamente si hacer uso de ellos; porcentajes que en total suman un 76% de clientes potenciales de la academia de música. Los anteriores

resultados confirman que la academia es una buena oportunidad de negocio.

- ✓ Respecto a la zona donde les gustaría que se instale la academia, el centro es la opción que se registra en primer lugar.
- ✓ Entre los instrumentos de mayor preferencia de los estudiantes para el aprendizaje se encuentran el saxofón (22%) y la flauta travesa (20%) respectivamente. Por tanto la academia ofrecerá alternativas en muchos tipos de instrumentos para satisfacer los deseos y necesidades de nuestros clientes.
- ✓ Los medios de comunicación más utilizados son en su orden: televisión (40%), radio (24%) y prensa (16%). Estos datos se tendrán en cuenta a la hora de llevar a cabo el trabajo de publicidad de los servicios que ofrece la academia, hacer uso de dichos medios.

• **Conclusiones encuesta a padres de familia**

- ✓ Dentro de la población encuestada existen suficientes demandantes potenciales (niños) para vender los servicios que quiere ofrecer la academia, los padres de familia tienen uno (45%) o dos hijos (41%), cifra significativa que en total suman 86% de toda la población encuestada.
- ✓ Entre las principales actividades socio- culturales que los padres desarrollan con sus hijos se destacan los centros deportivos (23%), recreativos (22%) y las prácticas musicales (18%), lo cual constituye en una oportunidad para establecer la academia.
- ✓ Hay un gran porcentaje de la población encuestada que desconoce sobre establecimientos musicales en la ciudad (64%), posiblemente por la falta de publicidad de los servicios que ofrecen dichas empresas, opinión compartida por los estudiantes encuestados; consecuentemente se evidencia el bajo porcentaje de población que asiste a este tipo de instituciones (19%). La Academia de música Jubal se dará a la tarea de desarrollar un fuerte plan de publicidad para dar a conocer sus servicios.
- ✓ Respecto a la intencionalidad de inscribirse en la academia de música se capta una alta aceptación por parte de los padres de familia dado que el 48% respondió que definitivamente si harían uso de los servicios, sumado al 38% que expresan probablemente utilizar los servicios de la academia, cifras que en total suman un 86% de potenciales padres de familia que están interesados en los servicios que serán ofertados por la academia.
- ✓ Respecto a la posible ubicación de la academia, el centro es la opción que se registra en primer lugar, en padres y estudiantes encuestados.
- ✓ Contrariamente a los estudiantes que se inclinan por los instrumentos de viento, los padres de familia prefieren instrumentos como la guitarra (29%), la organeta (24%) y la batería (22%); en atención a ello la academia

contará con una gran variedad de instrumentos de modo que nuestros clientes tengan opción de alternativas.

- ✓ Entre los medios de comunicación más utilizados por los padres de familia están: televisión (39%), prensa (22%) y radio (20%), estos datos se tendrán en cuenta a la hora de llevar a cabo el trabajo de publicidad de los servicios que ofrece la academia.

4. PROYECCION DE LA DEMANDA

El servicio se ofrecerá, inicialmente, a niños y jóvenes entre 5 y 20 años de edad, pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6. Para llevar a cabo la proyección de la demanda es necesario conocer:

- Población Urbana.
- Proporción que le corresponde a los estratos 3, 4, 5 y 6.
- Proporción que le corresponde a niños y jóvenes de 5 a 20 años.

Las proyecciones presentadas por el DANE para el año 2010, Popayán cuenta con una población total de 265.702 personas, de las cuales 233.466 (87.9%) se encuentran localizadas en el área urbana y 32.236 (12.1%) en la zona rural.

Actualmente, la clasificación por grupos etéreos está compuesta por: menores de 4 años el 7.2%; entre 5-9 años el 7.7%; de 10 -14 años el 8.7%; de 15 -19 años el 9%; entre 20- 79 el 65.8% y con más de 80 años el 1.6 %. Lo anterior significa que la población es eminentemente joven, situación que se convierte en una potencialidad en materia de fuerza laboral y en un gran reto para atender sus demandas especialmente en materia de educación y empleo³⁸. Entre los años 2011 y 2020 se estima la siguiente población³⁹:

Tabla 3. Población en Popayán de 2011 a 2020

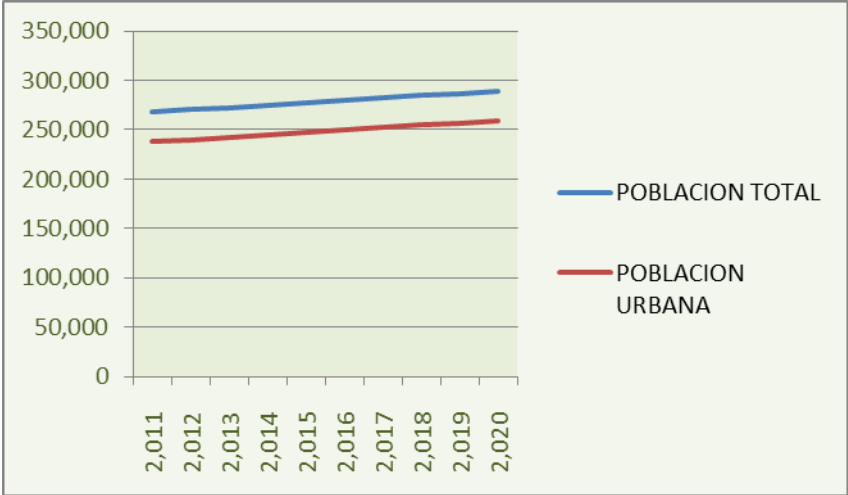
AÑOS	POBLACION TOTAL	POBLACION URBANA
2011	267.946	237.788
2012	270.307	240.191
2013	272.720	242.641
2014	275.082	245.033
2015	277.441	247.417
2016	280.107	250.103
2017	282.561	252.570
2018	284.949	254.966
2019	286.953	256.972
2020	288.636	258.651

Fuente: Elaboración a partir de proyecciones de poblaciones municipales por área.

³⁸ Proyecciones de poblaciones municipales por área 2005-2020. Fecha de actualización de la serie: marzo de 2010.

³⁹ *Ibíd.*, pág. 59.

Gráfica 44. Población en Popayán de 2011 a 2020



Fuente: Elaboración a partir de proyecciones de poblaciones municipales por área.

Tabla 4. Proyección de la demanda jóvenes

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Población Total		267.946	270.307	272.720	275.082	277.441	280.107	282.561	284.949	286.953	288.636
Población Urbana		237.788	240.191	242.641	245.033	247.417	250.103	252.570	254.966	256.972	258.651
Población Estratos 3-4-5-6*	56%	133161	134507	135879	137218	138554	140.058	141.439	142.781	143.904	144.844
Total jóvenes: 10 a 20 años (E3 a E6)*	17.7%	42.088	42.514	42.947	43.371	43.793	44.268	44.704	45.129	45.484	45.781
Proyección demanda*	33%	13.889	14.029	14.173	14.312	14.452	14.608	14.752	14.892	15.009	15.108

Fuente: Propia de la Investigación

- * - Los estratos 3-4-5-6 representan el 56% del total de estratos de la ciudad, es decir, el resto de estratos (1 y 2), equivalen al 44%.
- El total de jóvenes (17.7%), entre los 10 y 20 años de edad (estratos 3-4-5 y 6) se obtuvo de la información de la clasificación de la población por rangos de edades, de las proyecciones del DANE.
- La proyección de la demanda (33%) son el porcentaje de estudiantes que respondieron definitivamente si acceder a los servicios que ofrecerá la academia.

Tabla 5. Proyección de la demanda niños

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Población Total		267.946	270.307	272.720	275.082	277.441	280.107	282.561	284.949	286.953	288.636
Población Urbana		237.788	240.191	242.641	245.033	247.417	250.103	252.570	254.966	256.972	258.651
Población Estratos 3-4-5-6*	56%	133161	134507	135879	137218	138554	140.058	141.439	142.781	143.904	144.844
Total niños : 5 a 9 años (E3 a E6)*	7.7%	10253	10357	10463	10566	10669	10.784	10.891	10.994	11.081	11.153
Proyección demanda*	48%	4921	4971	5022	5072	5121	5.176	5.228	5.277	5.319	5.353

Fuente: Propia de la Investigación

- * - Los estratos 3-4-5-6 representan el 56% del total de estratos de la ciudad, es decir, el resto de estratos (1 y 2), equivalen al 44%.
- El total de niños (7.7%), entre los 5 y 9 años de edad (estratos 3-4-5 y 6) se obtuvo de la información de la clasificación de la población por rangos de edades, de las proyecciones del DANE.
- La proyección de la demanda (48%) son el porcentaje de padres de familia que respondieron definitivamente si acceder a los servicios que ofrecerá la academia para sus hijos(as).

5. OFERTA

5.1 CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

En el departamento del Cauca existen empresas y/o entidades que prestan servicios similares a los que proyecta ofrecer la organización, no obstante las instituciones que para la academia representan una competencia fuerte por la demanda de sus servicios, variedad de instrumentos y plan de estudios que poseen son: el Conservatorio de música y el Colegio mayor del Cauca.

5.1.1 Universidad del Cauca. La Facultad de Artes de la Universidad del Cauca, se fundamenta en la formación y producción artística del conocimiento, de conformidad con la misión institucional, como proyecto cultural.

Estructura sus programas recogiendo la tradición artística de occidente y los planteamientos particulares de la región, con los elementos simbólicos a las estéticas particulares.

Pregrados:

- Diseño Gráfico.
- Licenciatura en Música.
- Maestro en Instrumento.
- Maestro en Música.
- Estudios Musicales Básico-Infantiles.
- Estudios Musicales Básico-Juveniles.
- Artes Plásticas.

5.1.2 Colegio Mayor del Cauca. La *facultad de Arte y Diseño, curso de Extensión en Música*, tiene por objetivo formar artistas integrales con énfasis en música popular, con una base sólida que los proyecte artísticamente y les facilite la interpretación musical con instrumentos e igualmente desarrollar competencias musicales, vocales y de composición.

- *Propuesta de formación:* Curso personalizado con intensidad horaria semestral de 260 horas, tres días por semana.
- *Temas:* Apreciación musical, Coro, Informática Musical, Gramática e Instrumentos.

5.2 IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

5.2.2 Fortalezas y debilidades de la competencia. Actualmente en el departamento existen 13 academias de música, entre ellas están:

- Academia musical la escala.
- Academia Aires de Pubenza.
- Academia Santa Cecilia.
- Instituto académico artístico del Cauca INCA.
- Academia musical Ensamble).
- Ser Música. (Miranda Cauca).
- Academia de música Darezzo.
- Institución Batuta Popayán.

Sin embargo las instituciones que mayor demanda tienen en los programas de música son la Universidad del Cauca y el Colegio mayor del Cauca; por lo tanto representan una competencia fuerte para la Academia. Seguidamente se exponen las fortalezas y debilidades que muestran cada una de ellas:

Tabla 6. Fortalezas y debilidades de la competencia

ENTIDAD	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Universidad del Cauca	<ul style="list-style-type: none"> • El reconocimiento y prestigio institucional. • Es una institución de educación pública. • Tiene alianzas estratégicas con instituciones líderes en el campo de la música. • Cuenta con personal docente especializado. • Experiencia en la formación de músicos de alto nivel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planta física inadecuada para la enseñanza musical (instalaciones sin aislamiento acústico). • Enfoque solamente orientado hacia la música clásica. • Falta divulgación de los programas del área infantil.
Colegio Mayor del Cauca	<ul style="list-style-type: none"> • Su enfoque en el campo popular (constituye su mercado de mayor demanda). • El reconocimiento y prestigio institucional. • Es una institución de educación pública 	<ul style="list-style-type: none"> • Planta física inadecuada para la enseñanza musical (instalaciones sin aislamiento acústico). • Enfoque orientado solamente hacia la música popular. • Falta divulgación de sus programas.

Fuente: propia de la investigación.

6. PRECIO

6.1 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

La estrategia para el establecimiento del precio en la Academia de Música Jubal, se da sobre el referente de los precios que manejan las empresas con servicios similares en el mercado local, los cuales oscilan entre \$150.000 y \$200.000 mensuales. La estrategia de penetración consiste en manejar un precio de **\$130.000/mes** para los jóvenes y **\$52.000/mes** para los niños, valor justificado en la cantidad de horas a prestar; los niños recibirán 8 horas de clase al mes, en tanto los jóvenes recibirán 20 horas de clase al mes. La diferencia de precios totales radica en la cantidad de tiempo destinado en las clases. Este precio permite obtener buenos resultados financieros y es un valor más accesible comparativamente al de empresas con servicios similares, teniendo en cuenta además que la academia ofrecerá un portafolio diversificado de servicios, de alta calidad para lo cual contará con personal idóneo.

La política del precio se justifica además, teniendo en cuenta aspectos como:

6.1.1 Análisis del precio con base en el punto de equilibrio. La información de la tabla 7 muestra que el precio determinado por la empresa, en el caso de los niños, no es tan rentable comparado al precio del servicio a los jóvenes. Por ejemplo, las utilidades generadas por los niños para el año 3⁴⁰ son de \$12.334.167/año y el punto de equilibrio se alcanza con 60 niños. De igual forma, con la tarifa actual del servicio a los jóvenes, para el año 3⁴¹ se obtienen unas utilidades de \$141.723.021, y el punto de equilibrio se alcanza con 39 jóvenes. Lo anterior significa que el servicio a los jóvenes determina la mayor parte de las utilidades; pero aun cuando el servicio a los niños no represente tantas utilidades, el costo asumido en estas edades es con el fin de obtener un gran número de clientes los cuales al concluir estas etapas, garantice estudiantes con un mejor desarrollo musical en los cursos posteriores, es decir, el servicio a este segmento de la población tiene la finalidad de garantizar continuidad en los procesos posteriores para obtener un mejor desempeño musical en las edades siguientes.

Tabla 7. Análisis del precio de venta a niños y jóvenes con base en el punto de equilibrio, año 3

	TARIFA \$/año	INGRESOS \$/año	COSTO \$/año	UTILIDAD \$/año	P.E
NIÑOS	624.000	49.920.000	37.585.833	12.334.167	60
JOVENES	1.560.000	202.800.000	61.076.979	141.723.021	39

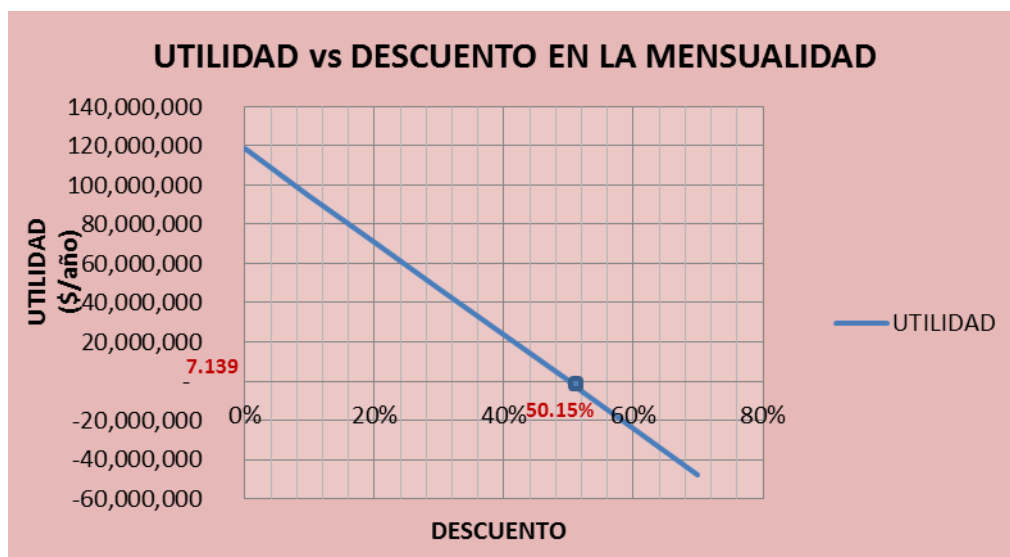
Fuente: Propia de la Investigación

⁴⁰ La explicación referente al cálculo y análisis del punto de equilibrio de los niños en el año 3 se hace en el estudio financiero, el cual fue traído hacia este ítem con el fin complementar la justificación en cuanto al precio.

⁴¹ La explicación referente al cálculo y análisis del punto de equilibrio de los jóvenes en el año 3 se hace en el estudio financiero, el cual fue traído hacia este ítem con el fin complementar la justificación en cuanto al precio.

6.1.2 Análisis de sensibilidad: variación del precio. Una vez realizada la evaluación financiera se pudo concluir que es posible ajustar y reducir el precio por encima de un **50.15%**, equivalente a **\$3.260/hr**, es decir \$ 26.080/mes niños y \$65.200/mes jóvenes y no generar pérdidas, de acuerdo al análisis de sensibilidad⁴², como se muestra en el gráfico 45:

Gráfica 45. Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio, año 3



Fuente: Propia de la investigación.

Por las razones expuestas y respecto a rangos de precios de mercado, análisis del punto de equilibrio y análisis de sensibilidad, se logró establecer de manera objetiva que el precio adoptado corresponde a **\$ 6.500/ hora**, equivalente a **\$130.000/mes jóvenes** y **\$52.000/mes niños** respectivamente; además el análisis anterior permite establecer el grado de sensibilidad del precio, generando la posibilidad a la academia de música Jubal la implementación de estrategias de precios, con el propósito de captar clientes y garantizar la demanda de los servicios.

6.2 ESQUEMA DE PAGO

En la tarifa establecida se utilizara un único pago mensual, previo a la prestación del servicio.

6.3 VENTAS PROYECTADAS

Este punto se abordara de manera más detallada en el estudio financiero.

⁴² Evaluación financiera: Análisis de sensibilidad del precio.

7. COMERCIALIZACIÓN

7.1 TIPO DE CANAL DE DISTRIBUCIÓN

El tipo de canal de distribución a emplear será la modalidad: Desde el productor directamente al consumidor final, dada su naturaleza no requiere ningún canal de intermediación dado que los servicios se ofrecen directamente al cliente.

8. PROMOCIÓN

8.1 MARCA

La marca de esta organización estará compuesta por: el Nombre, Eslogan y Logotipo.

8.1.1 El nombre. La empresa adoptará el nombre de: *Academia de música Jubal*, debido a que es fácil de recordar, de leer, pronunciar, lo que se constituye en un factor fundamental para la Academia, la cual espera generar una adecuada connotación y percepción en el cliente. El nombre de la Academia se debe a que a dicho personaje se le confiere ser el creador de la música; se dice que Jubal es el primer instrumentista bíblico y por ello todavía los autores medievales se refieren a él como el inventor de la música.

Además, la marca corporativa cumple con las condiciones necesarias para ser seleccionado por la proponente del presente proyecto pues la denominación está libre de homonimia.

8.1.2 El eslogan. El escogido para la empresa es:

“LA MÚSICA, EL LENGUAJE DEL ALMA”

El slogan de la Academia de música Jubal tiene como propósito brindar confianza y apoyo a nuestros clientes respecto al servicio que pretende ofrecer, que sea percibida como una alternativa de solución a sus necesidades.

Los atributos: que se reflejan en la marca hacen parte de la filosofía corporativa, la cual se desea sea percibida por los clientes internos y externos de la empresa:

Figura 2. Logotipo



Figura 3. Atributos del logotipo



Este Manual de Imagen Corporativa de JUBAL, se edita con el fin de unificar los elementos visuales que la identifican, para proyectar una adecuada comunicación visual interna y externa.

Conceptualización

Jubal: (Génesis 4,21), es el primer instrumentista bíblico, y por ellos todavía los autores medievales se refieren a él como el inventor de la música. a Jubal se remontan el kinnor y el ugah, y acaso también el shofar, de él provienen violinistas y flautistas. Según traduce Lutero.

Logosimbolo

Representado por letras y líneas simples de color.

Jubal: de forma clásica, elegante y estilizado

De la letra Jota (J), se desprende una gama de colores que identificarán el pentagrama musical.

Las líneas curvas (ondas) representan la alegría el movimiento, ritmo y compás de la música en su expresión.

La diversidad de colores denota la variedad de servicios que ofrece la academia musical, como signo inherente a la representación de la música se ubican dentro del pentagrama notas en diferente orden.

8.2 OBJETIVO DE LA PROMOCIÓN

Informar, comunicar, estimular y atraer a las personas en la intención de compra de los servicios que ofrecerá la academia, para fomentar el posicionamiento en el mercado.

La selección de medios de comunicación a utilizar por la futura empresa se realizó teniendo en cuenta los resultados obtenidos a través de la investigación

que permitió identificar aquellos que tienen mayor impacto en los posibles clientes seleccionados como nicho de mercado.

8.3 HERRAMIENTAS DE LA PROMOCIÓN

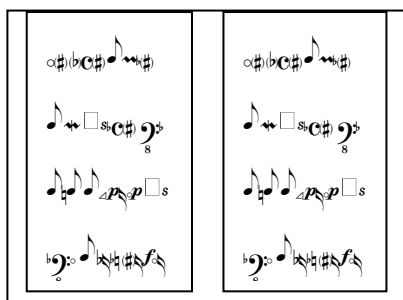
8.3.1 Publicidad. Tendrá por objetivo persuadir y estimular a la población local, a través de la promoción impersonal, para que opten por la demanda de los servicios a prestar por la Academia.

- **Televisión.** A nivel local existe un canal de señal abierta (canal 19: FE Televisión), sin embargo éste solo hace transmisiones de tipo documental, es una empresa sin ánimo de lucro y por lo tanto no presta servicio de publicidad de empresas de bienes y/o servicios. Es así como hemos recurrido a la publicidad de canales de señal cerrada para llevar a cabo el plan de publicidad por este medio. A continuación se describe el valor de este servicio:
 - ✓ Empresa: Cauca Visión, canal 3 de Cable Cauca.
 - ✓ Costo: \$600.000/mes.
 - ✓ Duración: 2 meses.
 - ✓ Hora de transmisión: toda la franja televisiva, al comienzo y final de cada programa del canal.
 - ✓ Días de transmisión: lunes a domingo.

- **Radio.** Se hará uso de este medio de promoción, mediante cuñas en emisoras de alta sintonía como Tropicana Estéreo y Oxígeno. La cotización:
 - ✓ Valor comercial 20" = \$42.000 sin IVA incluido (Tropicana Estéreo y Oxígeno).
 - ✓ Costo total = \$48.720.

- **Periódicos.** Se hará promoción mediante avisos clasificados, en la página social con información referente a: servicios que ofrece la academia, ubicación, precios, entre otros.

MEDIOS A UTILIZAR EN LA FASE DE OPERACIÓN DE LA EMPRESA



Diario: El Liberal
 Tiraje: un ejemplar en el día
 Tamaño del aviso: Dos columnas por cinco centímetros en tercera página
 Costo del Aviso: \$359.000 (promoción 2 avisos y publican 4)
 Días: lunes y viernes
 Duración: 2 meses
 Costo total: \$718.000

Se decidió hacer los avisos de promoción de la academia durante dos meses, pagando mensualmente dos veces por la publicación de los avisos que

corresponde a 8 publicaciones en el mes, distribuidas 2 días cada semana, por un valor de 359.000/mes; el costo total de la publicidad por radio es de \$718.000 (dos meses).

- **Directorio telefónico.** Número telefónico comercial y Páginas amarillas del directorio telefónico y de internet. El valor del aviso es de \$656.000/año más IVA.
 - ✓ Tamaño del aviso: 3 cm.
 - ✓ Costo del aviso: \$760.960/año.
 - ✓ Empresa: Publicar S.A

Por lo tanto, el presupuesto de publicidad es:

Tabla 8. Presupuesto de publicidad

TIPO DE PUBLICIDAD	COSTO (\$)
Televisión	1.200.000*
Radio	\$292.320*
Periódicos	\$718.000
Directorio telefónico	\$760.960*
Total	\$2.971.280

Fuente: Propia de la Investigación

- * - Costo total: dos meses de publicidad por televisión.
 - Costo total: 6 comerciales (tres en Oxígeno y tres en Tropicana).
 - Costo total: \$656.000 x 16% = \$760.960

8.4 PROMOCIÓN DE VENTAS

La Academia de música utilizará como estrategia de venta de sus servicios: una promoción del 20% de descuento en las matrículas a las primeras 18 personas (10 niños, 8 jóvenes) que se inscriban para adquirir los servicios, con el fin de incentivar a los clientes para que puedan ingresar en la organización. La realización de esa promoción tiene un costo de **\$320.000**. Además de la estrategias de promoción expuesta, se harán obsequios de artículos publicitarios (bolígrafos, calendarios y llaveros, marcados con el logo y nombre de empresa), a clientes internos y externos. También se llevara a cabo la dotación de elementos de membrecía tales como carnets para generar identidad y publicidad para lo cual se ha destinado un presupuesto de \$ 704.000.

Por consiguiente, el costo del presupuesto de la promoción de ventas es:

Tabla 9. Presupuesto de la promoción de ventas

TIPO DE PROMOCIÓN	COSTOS
Descuento en matrículas (20%)	\$ 364.000
Bolígrafos(100 unidades)	\$119.000

Calendarios (1000 unidades)	\$ 95.000
Llaveros (100 en madera)	\$ 300.000
Carne (20 unidades con porta carne y cintas)	\$ 190.000
TOTAL	\$ 1.068.000

Fuente: Propia de la Investigación

8.5 RELACIONES PÚBLICAS

“Su objetivo fundamental es la creación y mantenimiento de un clima de confianza entre la organización y su público”.⁴³ La Academia de música utilizara, entre otros, los siguientes medios:

- **Exhibiciones y muestras:** la empresa participará en exhibiciones y muestras empresariales, con el fin de establecer contactos y vínculos comerciales, inmediatos o posteriores entre los participantes.
- **Promoción:** se patrocinaran eventos académicos-culturales como seminarios, foros, ferias, muestras, para cautivar a los clientes potenciales generando recordación y asociación de marca.
- **Publicidad:** consecución de entrevistas en medios masivos, radio o periódico y en secciones de tipo empresarial.

Para este medio de promoción se ha presupuestado la suma de **\$1.000.000**.

8.6 MERCHANDISING

El merchandising a emplear por la Academia de Música Jubal se hará en las instalaciones de la empresa por tratarse de productos intangibles.

Se utilizará material P.O.P, como tarjetas de presentación, carpetas, botones, al alcance de los clientes potenciales que se acerquen a las instalaciones de la Academia. Se repartirán volantes en establecimientos educativos (colegios a estudiantes de grados superiores: dos últimos años), asociaciones de profesionales jubilados, centrales obreras, entre otros.

La ambientación y decoración del establecimiento será acorde a la imagen corporativa, con el objetivo de lograr que el cliente la perciba y la asocie con flexibilidad, seriedad y efectividad; representado en la Misión, Visión y Objetivos Corporativos de la empresa plasmados en pendones visibles como parte de la ambientación de las instalaciones de la empresa.

Para realizarlo se ha presupuestad \$ 381.000, de acuerdo a la Tabla 10:

⁴³ <http://www.rppnet.com.ar/manifiestoderrppymkt.htm>

Tabla 10. Costo Merchandising

TIPO DE PROMOCIÓN	COSTO (\$)
Tarjetas de presentación (1000, full color)	\$50.000
Carpetas (50, en impresión láser, a full color)	\$12.000
Botones (100 unidades)	\$100.000
Volantes (1000 unidades, a una tinta)	\$69.000
Pendones (3 unidades, 80cm x 1.30cm, 2 unidades, con diseño)	\$150.000
TOTAL	\$381.000

Fuente: propia de la investigación.

De las figuras 4 al 13 se ilustra la forma y contenido que tendrán algunos elementos que harán parte del Merchandising como los pendones, volantes y tarjetas de presentación.

Figura 4. Pendón misión y visión



Misión

La Academia de Música Jubal es una institución musical, caracterizada por tecnologías revolucionarias de actualidad en la labor enseñanza-aprendizaje, manejo y ejecución vocal-instrumental, que promueve la integridad musical popular y socio-cultural, que cuenta con un ambiente e infraestructura adecuadas para el desarrollo de su ejercicio, así como con un personal altamente especializado en el ramo.

Visión

Para el año 2015, ser líder en la prestación del servicio en la ciudad de Popayán y la región, posicionándose por sus principios filosóficos de calidad, mejoramiento continuo y desarrollo de la región.

La música, el lenguaje del alma



Figura 5. Pendón de principios corporativos



Principios

Solidaridad: unidad de actuación entre los clientes internos como externos, con un alto grado de integración en relación a la calidad del servicio.

Responsabilidad. Capacidad de tomar decisiones de una forma autónoma.

Trabajo en equipo. Fomentando el sentido de pertenencia hacia la empresa para obtener óptimos resultados.

Los clientes son la razón de ser de la empresa: nuestro trabajo busca satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Confianza. Esperanza firme que se tiene de alguien o algo. Seguridad que alguien tiene en sí mismo. Ánimo, aliento, vigor para obrar. Poseer las cualidades recomendables para el fin a que se destina.

Excelencia y Calidad: para lograr la satisfacción de nuestros clientes, la calidad y la excelencia de los servicios de asesoría y consultoría administrativa a prestar deben ser nuestra máxima prioridad.

Mejoramiento Continuo: realizar con excelencia todo lo que se hace, nuestros servicios; nuestras relaciones internas y externas, para el constante crecimiento de la empresa.

Tecnología de punta: trabajar con tecnología adecuada para la prestación eficaz y eficiente de los servicios de la academia.

La música, el lenguaje del alma



Figura 6. Tarjeta de presentación



Figura 7. Volante de los servicios que ofrece la empresa

Volante

Jubat
Academia de música

La Academia de Música tiene el propósito de brindar formación musical a niños jóvenes y adultos. Con personal altamente capacitado en el área musical.

Matrículas Abiertas

Los invitamos a ser Parte de nuestra prestigiosa academia.

La música, el lenguaje del alma

Ofrece

- ? Cursos de gramática musical.
- ? Enseñanza de los siguientes instrumentos:
- ? Instrumental Orff para niños y guitarra (eléctrica y acústica), bajo eléctrico, batería, organeta, flauta travesa, clarinete, saxofón, trompeta, y trombón.
- ? Formación musical en las áreas de lectoescritura musical.
- ? Coro y formación instrumental.
- ? Prácticas de conjunto, dirección de bandas, de orquesta y de coro; armonía, contrapunto, orquestación, composición, arreglos.
- ? Historia de la música

Cra 1 No. 3-21 Teléfono: 8233569 Celulares: 31214556969-3158043614
Email: academiajubal@yahoo.com
Popayán Cauca Colombia

Figura 8. Sobre oficio membreteado

Sobre



Figura 9. Camisetas



Figura 10. Stickers



Sticker



Figura 11. Carnets: estudiantes y personal de la empresa



Figura 12. Papelería membreada



Figura 13. Certificados de estudio



8.7 PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN

Tabla 11. Presupuesto gastos generales de ventas

TIPO DE PROMOCIÓN	AÑO 1
Publicidad	\$2.971.280
Promoción de ventas	\$1.068.000
Relaciones públicas	\$ 1.000.000
Merchandising	\$381.000
TOTAL	\$5.420.280

Fuente: Propia de la Investigación

9. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- La academia de música brindará formación musical para niños y jóvenes entre los 6 y 20 años de edad en los niveles: inicial, básico y técnico.
- El público objetivo está ubicado principalmente en los estratos 3, 4, 5 y 6 del municipio de Popayán.
- El tipo de muestreo utilizado en la investigación de mercados fue el muestreo aleatorio estratificado.
- Se llevó a cabo el diseño de dos encuestas: una dirigida a estudiantes y otra dirigida a los padres de familia. Se encontró dentro de la población encuestada que existen suficientes demandantes potenciales para ofrecer los servicios de la academia.
- Las prácticas musicales están entre las opciones de mayor preferencia tanto en los jóvenes como en los niños, lo cual se constituye en una oportunidad para establecer la academia.
- La intencionalidad de acceder a los servicios de la academia son altos, por lo que la academia llevará una fuerte campaña publicitaria para la difusión de sus servicios, pues hay desconocimiento de un gran porcentaje de la población de este tipo de servicios.
- Para el cálculo de la proyección de la demanda se consideró la intención de contratación de “definitivamente si” correspondiente al 33% en los jóvenes y el 48% de los padres de familia en la ciudad.
- La unidad de medida para la proyección de la demanda fue determinada en número de personas, para efectos de la realización de los estudios requeridos a fin de determinar la viabilidad del proyecto.
- La competencia de mayor demanda identificada en la investigación a través de datos secundarios son: la Universidad del Cauca y el Colegio mayor del Cauca; por lo tanto representan una competencia fuerte para la Academia.
- Para la prestación de los servicios de la Academia de Música se manejará un esquema de pago único, sin embargo estos pueden estar sujetos a negociación según la solicitud del cliente.

- El precio que se ha definido para la prestación del servicio es de \$ 6.500/hora; de esta manera el valor del servicio es de \$52.000/mes para los niños y de \$ 130.000/mes para los jóvenes; la diferencia de precios y costo total radica en la cantidad de tiempo destinado en las clases.
- De forma complementaria, a través de un análisis de sensibilidad, se determinó la flexibilidad del precio adoptado, por lo que la empresa podrá emplear estrategias disminuyendo el valor hasta \$5.330/hr, obteniendo utilidades y continuar siendo rentable financieramente.
- La marca de la futura empresa es: Academia de música Jubal, y su slogan: "La música, el lenguaje del alma".
- La comercialización de los servicios empleará la modalidad del productor directamente al consumidor final, por su naturaleza no requiere ningún canal de intermediación dado que los servicios se ofrecen directamente al cliente.
- La Academia de Música Jubal utilizará una campaña de mercadeo para penetrar en el mercado, utilizando combinación de diversas herramientas de promoción como publicidad en: periódicos, radio, televisión y directorio telefónico; merchandising, promoción de ventas en matriculas (20% de descuento), entrega de artículos publicitarios como obsequio para clientes internos y externos, para cual se ha establecido un presupuesto de \$364.000; el total de gastos generales de ventas del servicio es de \$5.420.280 para el primer año de operación; considerando además que hay una etapa de preoperación en la que se inicia con una campaña de expectativa.

III. ESTUDIO TÉCNICO

1. TAMAÑO DEL PROYECTO

La unidad de medida para definir el tamaño del proyecto estará dado por la cantidad de niños y jóvenes a quienes se ofrecerán los servicios de enseñanza teórica e instrumental musical en la Academia. A continuación en las tablas 12 a 14 se mostrará la proyección de la demanda de los niños y de los jóvenes:

Tabla 12. Proyección de la demanda niños

AÑOS									
2011	2012	201	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
4.921	4.971	5.022	5.072	5.121	5.176	5.228	5.277	5.319	5.353

Fuente: propia de la investigación

Tabla 13. Proyección de la demanda jóvenes

AÑOS									
2011	2012	201	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
13.889	14.030	14.173	14.312	14.452	14.608	14.752	14.892	15.009	15.108

Fuente: propia de la investigación

Tabla 14. Total proyecciones

Proyección Demanda	AÑOS									
	2011	2012	201	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Niños	4.921	4.971	5.022	5.072	5.121	5.176	5.228	5.277	5.319	5.353
Jóvenes	13.889	14.030	14.173	14.312	14.452	14.608	14.752	14.892	15.009	15.108
TOTAL PROYECC.	18.810	19.001	19.195	19.384	19.573	19.784	19.980	20.169	20.328	20.461

Fuente: propia de la investigación.

1.1 VARIABLES DETERMINANTES DEL PROYECTO

A continuación se analizarán cada una de las variables que inciden en la determinación del proyecto.

1.1.1 Dimensión y características del mercado. Es una variable determinante del tamaño del proyecto, pues fue de acuerdo al nivel de preferencia de los clientes que se determinó el servicio que limita la capacidad de la academia, debido a que dicho tamaño se calcula de acuerdo a la cantidad de clientes que están dispuestos a acceder a los servicios ofrecidos por ella.

Tabla 15. Utilización de la demanda

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Proyección de la demanda: cantidad personas inscritas (a+b)	18.810	19.001	19.195	19.384	19.573	19.784	19.980	20.169	20.328	20.461
a. NIÑOS INSCRITOS 48%	4921	4971	5022	5072	5121	5.176	5.228	5.277	5.319	5.353
Capacidad instalada niños* (52.4%)	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
% utilización de la demanda de niños*	2.23%	2.21%	2.19%	2.17%	2.15%	2.13%	2.10%	2.08%	2.07%	2.05%
b. JÓVENES INSCRITOS 33%	13.889	14.029	14.173	14.312	14.452	14.608	14.752	14.892	15.009	15.108
Capacidad instalada jóvenes* (47.6%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
% utilización de la demanda jóvenes*	0.72%	0.71%	0.71%	0.70%	0.69%	0.68%	0.68%	0.67%	0.67%	0.66%

Fuente: Propia de la investigación

* - La *capacidad instalada* se obtuvo a partir de cantidad de niños y jóvenes a quienes se ofrecerán los servicios de enseñanza teórica e instrumental musical en la academia para los diferentes grupos.

- El total de niños de los 5 a 9 años (grupos A y B) es de 110, que representan el 52.4% de la capacidad instalada (ver tabla 17).

- El total de niños - jóvenes (grupos C, D, E) es de 100, que representan 47.6% de la capacidad instalada (ver tabla 17).

* - El porcentaje de utilización de la demanda de los niños y jóvenes se obtuvo de la capacidad instalada de niños y jóvenes entre el total de niños y jóvenes inscritos respectivamente.

- Para ofrecer dichos servicios se estimó que se necesitan dos salones para teoría y otro para enseñanza instrumental.

1.1.2 Tecnología del proceso productivo. La requerida para la prestación del servicio en la academia de música no es compleja, es de fácil obtención, no representa limitación a niveles de cantidad y calidad.

1.1.3 Disponibilidad de insumos y materiales. Los requeridos para la prestación del servicio de la academia de música son de fácil adquisición, no son por tanto un factor limitante para el tamaño del proyecto.

1.1.4 Localización, costos de inversión y de operación y el financiamiento del proyecto. Estos factores se consideran accesibles para la creación de la nueva empresa.

1.2 PROGRAMA PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El desarrollo de la enseñanza se ofrecerá por grupos de edades, así:


- Grupo A:** 5 - 6 años (10 alumnos)
- Grupo B:** 7 - 9 años (15 alumnos)
- Grupo C:** 10 - 12 años (15 alumnos)
- Grupo D:** 13 - 15 años (15 alumnos)
- Grupo E:** 16 años en adelante (20 alumnos)


Lo anterior con el fin de que no haya entorpecimiento en la enseñanza, dado que un número mayor de estudiantes generaría deficiencias en el proceso.

En la tabla 16 se describirán las horas semanales del plan de estudios de los diferentes grupos de alumnos, asimismo el personal a cargo de los programas académicos:

CONVENCIONES

Conjunto instrumental: C. I.

Clases director musical: 

Clases profesor contratado 1: 

El horario de atención de la Academia será:

Lunes a Sábado: 8:00 – 12:00 m. ; 2:00 – 6:00 pm.

Tabla 16. Horario de clases

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
8 -- 9	Guitarra, Tiple, Bandola, B. Eléctrico	GRUPO A	GRUPO C	GRUPO B	GRUPO C	C. I. Org. Cuerdas
	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva	
9 -- 10	GRUPO A	GRUPO B	GRUPO D	GRUPO D	Percusión	C.I. Música Pop.
	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva		
10 - 11	GRUPO A	Teclados	Cuerdas	Vientos	GRUPO E	C.I. Música Pop.
	Audio Perceptiva				Audio Perceptiva	
11 -- 12	GRUPO A	GRUPO E	C.I. Bandas	C. I. Org. Cuerdas	C.I. Bandas	C.I. Estudiantina
	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva				
<hr/>						
2 - 3	GRUPO A	Guitarra, Tiple, Bandola, B. Electric.	GRUPO C	GRUPO B	GRUPO C	C. I. Org. Cuerdas
	Audio Perceptiva		Audio Perceptiva	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva	
3 - 4	GRUPO A	GRUPO B	GRUPO D	GRUPO D	Percusión	C.I. Música Pop.
	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva		
4 - 5	GRUPO A	Teclados	Cuerdas	Vientos	GRUPO E	C.I. Música Pop.
	Audio Perceptiva				Audio Perceptiva	
5 - 6	GRUPO A	GRUPO E	C.I. Bandas	C. I. Org. Cuerdas	C.I. Bandas	C.I. Estudiantina
	Audio Perceptiva	Audio Perceptiva				

Fuente: Propia de la investigación

PRIMER AÑO (2 semestres)

GRUPO A

- Introducción a la audio perceptiva: profesor contratado.

GRUPO B

- Audio perceptiva y coro: profesor contratado.
- Instrumento
 - ✓ Vientos: profesor contratado.
 - ✓ Cuerdas: director musical.
 - ✓ Guitarra y bajo eléctrico: director musical.
 - ✓ Teclados: director musical.
 - ✓ Percusión: profesor contratado.
- Conjunto instrumental: director musical.

GRUPO C

- Audio perceptiva y coro: profesor contratado
- Instrumento
 - ✓ Vientos: profesor contratado
 - ✓ Cuerdas: director musical
 - ✓ Guitarra y bajo eléctrico: director musical
 - ✓ Teclados: director musical
 - ✓ Percusión: profesor contratado
- Conjunto instrumental: director musical

GRUPO D

- Audio perceptiva y coro: profesor contratado
- Instrumento
 - ✓ Vientos: profesor contratado
 - ✓ Cuerdas: director musical
 - ✓ Guitarra y bajo eléctrico: director musical
 - ✓ Teclados: director musical
 - ✓ Percusión: profesor contratado
- Conjunto instrumental: director musical

GRUPO E

- Audio perceptiva y coro: profesor contratado

- Instrumento
 - ✓ Cuerdas: director musical
 - ✓ Guitarra y bajo eléctrico: director musical
 - ✓ Teclados: director musical
 - ✓ Percusión: profesor contratado

- Conjunto instrumental: director musical

1.3 CAPACIDAD INSTALADA

En cada uno de los años de operación se utilizará el 100% de la capacidad instalada, puesto que la demanda es superior a la que realmente la academia está en capacidad de atender. Esta se determinó por la cantidad de niños y jóvenes que pueden inscribirse en la academia. De esta manera en la tabla 17 siguiente se puede observar como los dos salones (clases de teoría) estarán en la capacidad de atender ocho cursos del grupo A y dos cursos de los grupos B a E.

Tabla 17. Capacidad instalada

	HRS/SEM	SEM/AÑO*	HRS/AÑO	TOTAL HRS/AÑO	CANT. PERS.
GRUPO A	2	48	96	7680	80*
GRUPO B	5	48	240	7200	30*
GRUPO C	5	48	240	7200	30*
GRUPO D	5	48	240	7200	30*
GRUPO E	5	48	240	9600	40*
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA				38.880	210

Fuente: Propia de la Investigación

* Se trabajará anualmente un total de 48 semanas, debido a las siguientes semanas de descanso que tendrán lugar en el año: Semana Santa, dos últimas semanas de diciembre y la primera semana de enero.

- * Grupo A: 8 grupos de 10 personas
- Grupo B: 2 grupos de 15 personas
- Grupo C: 2 grupos de 15 personas
- Grupo D: 2 grupos de 15 personas
- Grupo E: 2 grupos de 20 personas

Por lo tanto la capacidad instalada es de **210 personas ó 38.880 hrs/año.**

Tabla 18. Capacidad instalada niños y jóvenes

ASISTENCIA MENSUAL	ASISTENCIA ANUAL	
110 niños*	110 niños*	Cada niño asiste a clases las 48 semanas del año
100 jóvenes*	100 jóvenes*	Cada joven asiste a clases las 48 semanas del año

Fuente: propia de la investigación

* Total niños de los grupos A y B (ver tabla 12).
Total jóvenes de los grupos C a E (ver tabla 12).

1.4 CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada por la Academia de música para el primer año de operación es del 60%, para el segundo año se incrementa al 75% y del tercero a décimo año será del 100% de la capacidad instalada.

Tabla 19. Capacidad utilizada de la academia de música (1° año)

ASISTENCIA MENSUAL	ASISTENCIA ANUAL
126*	126

Fuente: propia de la investigación

* Capacidad utilizada 1° año: 60% *210= 126

La enseñanza instrumental se impartirá del segundo al último grupo (grupos B a E). En el caso del primer grupo solo se dará el componente teórico (sensibilización, introducción al audio perceptivo), del que se hará referencia más adelante.

Para el proceso de enseñanza instrumental se tiene especificada la cantidad máxima de niños y jóvenes que se atenderán por cada uno de los instrumentos musicales, de la siguiente forma:

- ✓ **Flauta:** 4 alumnos.
- ✓ **Oboe:** 4 alumnos.
- ✓ **Clarinete:** 4 alumnos.
- ✓ **Saxofón:** 4 alumnos.
- ✓ **Corno:** 4 alumnos.
- ✓ **Trompeta:** 4 alumnos.
- ✓ **Trombón:** 4 alumnos.
- ✓ **Fliscorno:** 4 alumnos.
- ✓ **Tuba:** 2 alumnos.
- ✓ **Percusión:** 2 alumnos.
- ✓ **Violín:** 4 alumnos.
- ✓ **Viola:** 4 alumnos.
- ✓ **Violoncello:** 4 alumnos.
- ✓ **Contrabajo:** 4 alumnos

Lo anterior con el fin de que los estudiantes reciban una adecuada atención en las clases, pues un mayor número de estudiantes por grupo genera una deficiencia en la calidad de la enseñanza. Las clases de instrumento son 2 horas semanales: 1 hora de trabajo con el grupo del instrumento elegido (por ejemplo: grupo de trompeta), la otra hora es de ensamble grupal (orquesta o banda).

Para determinar la capacidad utilizada de la academia de música (tabla 20), primero se estableció la demanda proyectada en términos de la cantidad de los futuros niños y jóvenes que pueden inscribirse en la academia, correspondiente a los años de duración del proyecto, teniendo en cuenta para ello la estimación de los clientes potenciales que respondieron definitivamente: *“si utilizar los servicios ofrecidos por la academia”*, previamente calculadas en las tablas 4 y 5 de la proyección de la demanda para cada año, en el estudio de mercado. La capacidad utilizada correspondiente a los años de duración del proyecto se indica en la tabla 20:

Tabla 20. Capacidad utilizada de la academia

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Capacidad Instalada	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210
Demanda*	18.810	19.001	19.195	19.384	19.573	19.784	19.980	20.169	20.328	20.461
	60%	75%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Capacidad utilizada	126	157	210	210	210	210	210	210	210	210
Porcentaje utilización de la demanda (%)	0.67	0.83	1.09	1.08	1.07	1.06	1.05	1.04	1.03	1.03

Fuente: propia de la investigación

2. LOCALIZACION

2.1 MACROLOCALIZACIÓN

La Academia de música se ubicará en la ciudad de Popayán, capital del departamento del Cauca, localidad escogida teniendo en cuenta que los clientes potenciales se encuentran focalizados en la ciudad y además de acuerdo al análisis de factores significativos a continuación descritos:

2.1.1 Factores determinantes de la macrolocalización

- **Localización del mercado.** Gran parte de los futuros clientes de la Academia de música residen en la ciudad de Popayán; es un sitio estratégico por tratarse de la capital del departamento, en donde confluyen las personas con necesidades de realizar diligencias, trámites, etc.; allí resulta más fácil dar a conocer existencia de la Academia por medio de publicidad.
- **Fácil acceso y buenas vías de comunicación.** La ciudad cuenta con numerosas de vías de acceso, además de ser atravesada por la panamericana, que es la principal vía de comunicación nacional, situación que facilita el arribo de clientes a las instalaciones de la Academia.
- **Disponibilidad y costo de la mano de obra.** Por ser Popayán una ciudad universitaria, esta cuenta con gran variedad de profesionales con el perfil necesario para desempeñar el trabajo especializado requerido.
- **Buenos servicios públicos.** Hay disponibilidad de los servicios públicos básicos (agua, energía, teléfono, recolección de basuras). La ciudad cuenta con varias empresas que ofrecen servicios de internet, telefonía celular y servicios masivos de comunicación que facilitan la labor de la organización.
- **Seguridad y orden público.** La seguridad y el orden público son fundamentales para el buen desempeño de los servicios. El municipio de Popayán puede considerarse como uno de los más seguros del departamento porque cuenta con la presencia de los principales organismos de seguridad del estado.

2.2 MICROLOCALIZACIÓN

Esta se determinó teniendo en cuenta factores estratégicos como los descritos en la parte de macrolocalización, la concurrencia del público y los que a continuación se describen, de acuerdo a un método de evaluación de factores según el grado de importancia que cada uno de ellos reviste para el funcionamiento de la empresa. A partir del ponderado, resultante de multiplicar el peso por la

calificación respectiva, se escoge la de mayor puntaje y da la ubicación más apropiada.

Criterios de evaluación:

- **Cercanía al mercado objetivo.** Proporciona ventajas significativas como generar un estímulo de recordación por la concurrencia permanente de las personas, también permite el contacto entre la empresa y el cliente.
- **Calidad de servicios públicos.** Hay acceso a los servicios públicos básicos (agua, energía, teléfono), de internet, telefonía celular, servicios masivos de comunicación que facilitan el contacto permanente con el cliente.
- **Percepción e imagen del sector.** El ambiente del sector de ubicación de la empresa generará en los clientes tranquilidad y confianza para crear en sus mentes una imagen positiva de la Academia.
- **Seguridad y orden público del sector.** Es importante que la ubicación de la empresa sea seguro para el cliente, que los problemas de orden público no afecten la prestación del servicio.
- **Zonas de parqueo.** Es importante la existencia de zonas de parqueo disponibles para mayor comodidad de los clientes.

2.2.1 Evaluación. A cada uno de los mencionados criterios de evaluación, se les asigno un peso porcentual, según el grado de importancia para la organización y clientes. En su orden los de mayor peso: seguridad del sector y percepción e imagen del sector, se les dio un valor del 30 %; en segundo lugar: cercanía al mercado objetivo 20% y zonas de parqueo y servicios públicos un valor del 10%.

Además se asigna una calificación a cada una de las alternativas, utilizando una escala de 1 a 5, siendo 5 la calificación de mayor importancia y 1 la de menor importancia. Cada calificación se multiplica por su respectivo peso porcentual, de lo cual se obtiene el total ponderado de cada criterio de evaluación; estos valores se suman para obtener el total correspondiente a cada alternativa y finalmente se compara cada una de las opciones escogiéndose la del puntaje más elevado.

- La tabla 21, muestra la asignación de criterios y pesos.
- La tabla 22, define las alternativas con su calificación vs los criterios de evaluación utilizada para determinar la microlocalización de la futura empresa.
- La tabla 23, refiere los criterios de evaluación de la microlocalización.

Tabla 21. Asignación de criterios y pesos

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PESO
Seguridad del sector	0,3
Percepción e imagen del sector	0,3
Cercanía al mercado objetivo	0,2
Zonas de parqueo	0,1
Calidad de servicios públicos	0,1
TOTAL	1

Fuente: propia de la investigación

Tabla 22. Definición y calificación de alternativas

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	B/ VILLA DEL VIENTO	B/CIUDAD JARDÍN	B/BELALCÁZAR	B/LA PAMBA
	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN
Seguridad del sector	4	4	4	4
Percepción e imagen del sector	4	3	4	4
Cercanía al mercado objetivo	3	3	3	4
Zonas de parqueo	3	3	3	3
Calidad de servicios públicos	5	4	4	4

Fuente: propia de la investigación

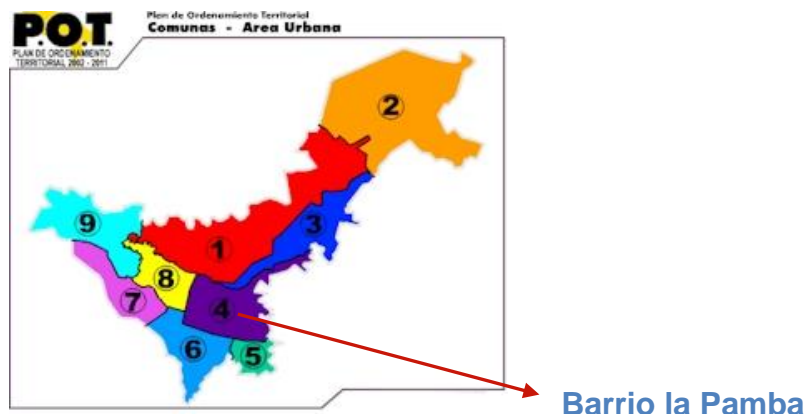
Tabla 23. Criterios de evaluación de la microlocalización

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PE SO	B/VILLA DEL VIENTO		B/CIUDAD JARDÍN		B/BELALCÁZAR	B/LA PAMBA		
		CALIFICACIÓN	TOTAL	CALIFICACIÓN	TOTAL	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN	TOTAL	
Seguridad del sector	0,3	4	1,2	4	1,2	4	1,2	4	1,2
Percepción e imagen del sector	0,3	4	1,2	3	0,9	4	1,2	4	1,2
Cercanía al mercado objetivo	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6	4	0,8
Zonas de parqueo	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Calidad de servicios públicos	0,1	5	0,5	4	0,4	4	0,4	4	0,4
LUGAR OPCIONADO			3.8		3.4		3.7		4.1

Fuente: propia de la investigación

2.2.2 Determinación de la microlocalización. Una vez realizada la evaluación (ver tabla 23), se determinó que la mejor ubicación corresponde al *Barrio la Pamba*, con un puntaje de **4.1**, seguido del barrio Villa de Viento y Belalcazar, obteniendo un puntaje de 3.8 y 3.7 respectivamente y como alternativa menos favorable el barrio Ciudad Jardín, con un puntaje de 3.4. De este modo, esa ubicación se tomará para la etapa de operación de la empresa.

Figura 14. Ubicación del barrio la Pamba



Fuente: www.popayan.gov.co


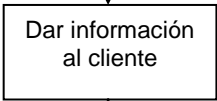
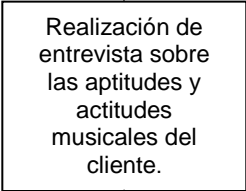
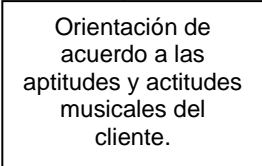
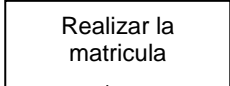
El barrio LA PAMBA, seleccionado para la microlocalización, se ubica en la comuna cuatro (4) de Popayán, departamento del Cauca. En la figura 14, el mapa muestra la ubicación favorable del barrio, localizado centralmente, dentro del perímetro urbano, que le proporciona una serie de características positivas, evaluadas en el proceso de determinación de la microlocalización.

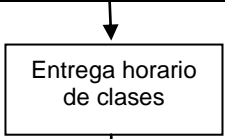
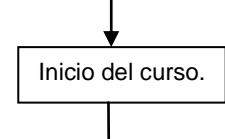
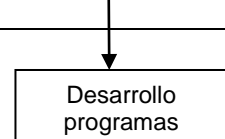
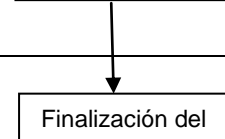
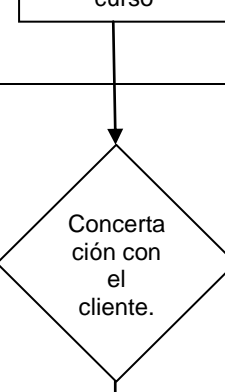
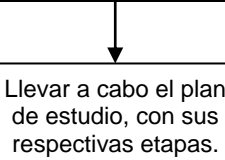

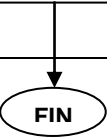
3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.1 PROCESO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

En la siguiente tabla se mostrará el procedimiento a seguir para la prestación del servicio:

Tabla 24. Procedimiento para la prestación del servicio

NO.	INSUMO	TAREA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	FRECUENCIA	PRODUCTO
		SIMBOLOS				
						
1.	Necesidad del cliente.		Identificar las necesidades y expectativas del cliente, explicar al cliente sobre el portafolio de servicios de la academia.	Secretaria.	Cada vez que se requiera.	Información del cliente en base de datos.
2.	Diagnóstico		Esta información sirve para ver el grado de conocimiento y aptitud musical de la persona, y de esta manera poder detectar vacíos y necesidades.	Profesional musical a cargo.	Cada vez que se requiera.	Información Documental y entrevista.
3.	Propuesta de plan de acción.		A partir de la evaluación, se concientiza al cliente sobre el programa más adecuado de acuerdo a sus habilidades y necesidades y el campo donde se va a desenvolver.	Profesional musical a cargo.		
4.			Pago de matrícula.	Secretaria.		Documento archivado.

5.			Entrega del programa académico y horarios	secretaria		Documento
6.			Entrega de materiales de trabajo y fuentes bibliográficas.	Profesional musical a cargo.		Documento.
7.	Informes de avance. Formatos.		Evaluar el desarrollo y progreso del estudiante.	Profesional musical a cargo.		Informes de avance en formato.
8.	Informe final del estudiante en formato.		Evaluación final y Presentación musical.	Profesional musical a cargo.		Resultados e informe en formato.
9.			<p>Si: continuar con actividad siguiente.</p> <p>No: post-puesta continuación de actividad académica.</p>	Profesional musical a cargo.		
10.				Profesional musical a cargo.		Documento archivado.
11.						Documento archivado.
						

Fuente: Propia de la Investigación

Dentro del procedimiento de la prestación del servicio se hizo mención de la utilización de tres formatos: uno para el informe del avance del estudiante, otro de informe final, e información del cliente en base de datos, los cuales se muestran a continuación.

FORMATO DE AVANCE DEL ESTUDIANTE

<p>Formato FY.061015-0</p> <p>AVANCE DEL ESTUDIANTE</p> <p>Tema:</p> <p>Objetivo(s):</p> <p>Objetivos alcanzados:</p> <p>Resultados Esperados:</p> <p>Estudiante: _____</p> <p>Profesor: _____</p> <p>Fecha: _____</p> <p>Observaciones. _____</p> <p>_____</p> <p>Con.co: Archivo.</p>

BASE DE DATOS CLIENTES

No.	NOMBRE	APELLIDO	EDAD	DIRECCION	TELEFONO	E-MAIL
1						
2						
3						
4						
5						
6						

FORMATO DE INFORME FINAL

formato FY.061015-0
INFORME FINAL
Programa:
Alcance del programa:
Informe final de semestre:
Estudiante: _____
Profesor: _____
Fecha: _____
Observaciones. _____

Con.co: Archivo

3.2 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA ACADEMIA DE MÚSICA

La prestación de los servicios que se llevarán a cabo, enmarcada dentro de un sistema de procesos, como se muestran de manera esquematizada, con sus respectivos componentes y pasos necesarios, bajo la filosofía del Sistema e la Gestión de la Calidad que garantice la mejora continua y la máxima satisfacción del cliente.

3.3 PROCESO ENSEÑANZA INSTRUMENTAL

Para la enseñanza de los diferentes instrumentos es necesario realizar previamente un examen de condiciones de los elementos musicales:

- Ritmo (pulso, acento y dictado de células rítmicas);
- Reconocimiento de alturas (entonación de melodías para detectar la afinación de la persona);
- Coordinación (canto mas acompañamiento de pulso, acento y células rítmicas, vivencia de pulso mas imitación de células rítmicas);
- Finalmente realizar una entrevista del por qué y para qué hacer música.

Una vez el aspirante haya realizado este examen será incluido a un grupo con otros individuos de su misma edad y de condiciones musicales similares, ningún postulante será descartado exceptuando a individuos con patologías cerebrales certificadas que no les permita realizar estudios en este sentido. Realizados los pasos anteriores el estudiante abordara los siguientes niveles:

Tabla 25. Programa nivel inicial

NIVEL INICIAL			
Edad de inicio: 5 -6 años			
NIVEL	DURACION	MATERIAS	HORAS
	2 Semestres	Introducción a la Audio Perceptiva	2
		Total carga horaria	2

Fuente: Propia de la Investigación

Tabla 26. Programa nivel básico

NIVEL BASICO			
Edad de inicio: 7 años			
NIVEL	DURACION	MATERIAS	HORAS
1er Grado	2 Semestres	Audio Perceptiva y coro	2
		Instrumento	1
		Conjunto instrumental	2
		Total carga horaria	5
2do Grado	2 Semestres	Audio Perceptiva y coro	2
		Instrumento	1
		Conjunto instrumental	2
		Total carga horaria	5
3er Grado	2 Semestres	Audio Perceptiva y coro	2
		Instrumento	1
		Conjunto instrumental	2
		Total carga horaria	5

Fuente: Propia de la Investigación

Tabla 27. Programa nivel técnico

NIVEL TECNICO			
NIVEL	DURACION	MATERIAS	HORAS
1er Año	2 Semestres	Audio Perceptiva	3
		Instrumento	1
		Armonía	3
		Historia Universal	3
		Piano complementario / acompañamiento	1
		Ensamble	1
		Total carga horaria	12

2do Año	2 Semestres	Audio Perceptiva	3
		Instrumento	1
		Armonía	3
		Historia Universal	3
		Piano complementario / acompañamiento	1
		Ensamble	1
		Total carga horaria	12
3er Año	2 Semestres	Audio Perceptiva	3
		Instrumento	1
		Armonía	3
		Historia Universal	3
		Piano complementario / acompañamiento	1
		Ensamble	1
		Total carga horaria	12

Fuente: Propia de la Investigación

Los elementos teóricos, técnicos y tecnológicos involucrados en el dominio de cada uno de estas asignaturas, tiene un marco conceptual específico y exige sus propias metodologías de aprendizaje, además de espacios, instalaciones y equipos diseñados para el óptimo desarrollo de las mismas, en donde se enseñarán, desarrollarán habilidades y se impartirán los conocimientos suficientes para que los estudiantes logren las competencias necesarias para el óptimo desarrollo de la música.

El registro de los programas debe presentarse ante la secretaría de educación departamental, además de cumplir con los requisitos básicos que están estipulados en la Ley 1064 de 2006.

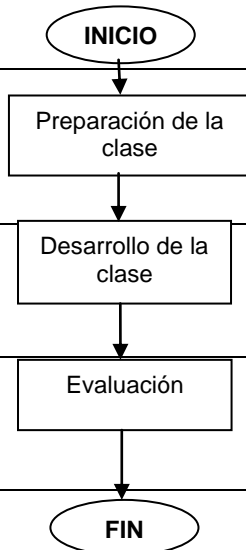
- **Desarrollo de la actividad pedagógica musical.** El desarrollo de la actividad pedagógica musical tiene 2 momentos:
 - ✓ **Preparación:** Es una actividad extra clase, se realiza investigando los temas a tratar, planeando las actividades y la forma de evaluar. Se trata de prever las dificultades a presentarse en el desarrollo del tema.
 - ✓ **Desarrollo de la clase:** Comprende la exposición del tema y las actividades para la asimilación del tema:
 - **Exposición del tema:** es vivencial y se presenta de forma lúdica partiendo de lo sensorial, conduciéndose fácilmente a la asimilación de conceptos, favoreciendo su análisis y comprensión.
 - **Actividades vivenciales para la asimilación del tema:** tiene por objeto ejercitar los elementos de estudio en forma grupal o individual, aplicando lo aprendido a un hecho musical específico.

- **Conclusiones:** se parte de lo sensorial antes de formular conceptos. Los conceptos se dan uno a la vez, apoyándose en elementos ya conocidos; se pretende que una actividad plantee solo una nueva dificultad.

En la ejecución instrumental se pretende que el estudiante goce de la ejecución instrumental. No se desprecia ni se descalifica géneros musicales, ni métodos o metodologías. El repertorio se adapta a las necesidades particulares del estudiante, a los gustos y necesidades del entorno. El desarrollo del trabajo se realiza sin afanes de tiempo y con el objetivo de que los estudiantes dominen y asimilen los temas.

La tabla 28 muestra el proceso de la actividad pedagógica musical:

Tabla 28. Desarrollo de la actividad pedagógica musical

No.	Tarea	Descripción
	SIMBOLOS 	
1.		<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de bibliografía. • Ubicación de textos. • Estudio de textos. • Planeación de clases (ordenamiento).
2.		<ul style="list-style-type: none"> • Exposición del tema.
3.		<ul style="list-style-type: none"> • Individual o grupal.

Fuente: propia de la investigación.

3.4 SELECCIÓN DE PROPIEDADES Y EQUIPO

3.4.1 Equipo básico. Los bienes y equipos básicos que requiere la Academia de música constan de los instrumentos musicales, material de clase y el equipo de cómputo y oficina, necesarios para prestar el servicio. Los precios del material de clase fueron cotizados en el almacén de instrumentos musicales Serenata. Los materiales de equipo y oficina fueron cotizados en almacenes de la ciudad como: Librería Copioffset Fotocopias, Librería Central, Compu Torres, La Nota Musical, Mueblecom; finalmente el equipo de primeros auxilios fue cotizado en el almacén Oxindustrial.

- **Instrumentos musicales.** Los instrumentos básicos para la conformación de las agrupaciones se consignan en las tablas 29 a 34. En la tabla 35 se describe el costo total de dichos instrumentos. La instrumentación se toma con base a las orquestas sinfónicas infantil y juvenil del programa Batuta.

Tabla 29. Descripción y costo del instrumental para banda

INSTRUMENTAL PARA BANDA				
DESCRIPCIÓN	PRESENTACIÓN	VALOR	CANT.	TOTAL
Flauta travesa	Boston, con tudel recto	193.966	3	581.898
Clarinete soprano	Boston, en recina	185.345	6	1.112.069
Oboe	En recina en Do	5.200.000		5.200.000
Fagot	New Orleans, en madera	4.935.000	1	4.935.000
Saxofón alto en Mb	Boston, con estuche	642.241	2	1.284.482
Saxofón Tenor	Boston ,con estuche	1.306.034	1	1.306.034
Corno francés con llave de Fa	Boston	918.103	2	1.836.207
Trompeta	Boston ,con boquilla y estuche	258.621	3	775.863
Trombón tenor	Boston	476.724	2	953.448
Trombón tenor Bajo	Boston	337.931	1	337.931
Barítóno 2105 A	Boston	707.759	1	707.759
Tuba vertical	Boston, de tres pistones	1.931.034	2	3.862.068
Bombo 22	Power pro, con golpeadores	258.621	1	258.621
Platillos choque	14 ZBT, con maniguetas	241.379	1	241.379
Redoblante	Power pro, 14 con cargador y baquetas	129.310	1	129.310
Atril para redoblante*	Boss Cromada	89.100	1	89.100
Atril de partitura*	Music Stand MPS-11BK	29.500	20	590.000
TOTAL				24.201.169

Fuente: Propia de la Investigación

Tabla 30. Descripción y costo del instrumental Orff y de percusión folclórica

INSTRUMENTAL ORFF Y DE PERCUSION FOLCLORICA				
DESCRIPCIÓN	PRESENTACIÓN	VALOR	CANT.	TOTAL
Metalófono alto de Do a La	Cromático	364.655	1	364.655
Metalófono soprano de Do a La	Cromático	314.655	1	314.655
Xilófono alto de Do a La	Cromático, en madera	364.655	1	364.655
Xilófono soprano de Do a La	Cromático, en madera	314.655	1	314.655
Carrillón contra alto 1 ³ / ₄ octavas de Do a La	Cromático	109.483	1	109.483
Carrillón soprano 1 ³ / ₄ octavas de Do a La	Cromático	94.828	1	94.828
Triangulo	Power pro, con golpeador	10.345	1	10.345
Cajas Chinas		5.172	2	10.345
Esterilla		18.966	1	18.966
Maraca grande		24.138	1	24.138
Quiribillo		18.966	1	18.966
Maracón costeño		21.552	1	21.552
Tambora andina	Grande, con golpeador	64.655	1	64.655
Guasa	metálico	17.241	1	17.241
			1	
Chucho	En madera	17.241	1	17.241
Guacharaca	En chonto, larga	17.241	1	17.241
Tambor alegre	Marca Jf	127.586	1	127.586
Llamador	Marca Jf	67.241	1	67.241
Carraca	hueso de burro	103.448	1	103.448
Atril de partitura*	Music Stand MPS-11BK	29.500	20	590.000
TOTAL				2.081.896

Fuente: Propia de la Investigación

Tabla 31. Descripción y costo del instrumental para orquesta de cuerdas

INSTRUMENTAL PARA ORQUESTA DE CUERDAS				
DESCRIPCIÓN	PRESENTACIÓN	VALOR	CANT.	TOTAL
Violin 1/4	Boston, con estuche	106.034	4	424.138
Violin 1/2	Boston, con estuche	106.034	8	848.276
Violin 4/4	Boston, con estuche, 1413A	110.345	4	441.379
Violin 3/4	Boston, con estuche, 1413A	110.345	4	441.379
Viola 1/4	Boston, con estuche, 1011A	168.103	2	336.206
Viola 1/2	Boston, con estuche, 1011A	168.103	2	336.206
Viola 3/4	Boston, con estuche, 1011 ^a	170.690	4	682.760
Viola 4/4	Boston, con estuche, 1011A	175.862	4	703.448
Cello 3/4	Boston	336.207	1	336.207
Cello 4/4	Greko	439.655	1	439.655
Cello 1/8	Boston, 6011A	353.448	1	353.448
Cello 1/4	Boston, 6011A	353.448	1	353.448
Cello 1/2	Boston, 6011A	353.448	1	353.448
Contrabajo 1/8	Boston, 6071A	961.207	1	961.207
Contrabajo 1/2	Boston, 6071A	1.019.828	1	1.019.828
Contrabajo 1/4	Boston, 6071A	1.329.310	1	1.329.310
Contrabajo 3/4	Boston, 6071A	1.505.172	1	1.505.172
Contrabajo 4/4	Boston, 6071A	1.591.379	1	1.591.379
Atril de partitura*	Music Stand MPS-11BK	29.500	15	442.500
TOTAL				12.456.894

Fuente: Propia de la Investigación

Tabla 32. Descripción y costo de la estudiantina

ESTUDIANTINA				
Descripción	PRESENTACIÓN	VALOR	CANT.	TOTAL
Guitarra Acústica	Yamaha C-40	250.000	8	2.000.000
Tiple	Héctor Cruz En Roble Y Pardillo	200.000	4	800.000
Bandola	Héctor Cruz En Abedul Y Pardillo	200.000	4	800.000
Atril de partitura*	Music Stand MPS-11BK	29.500	9	265.500
TOTAL				3.600.000

Fuente: Propia de la Investigación

Tabla 33. Descripción y costo del grupo de música popular

GRUPO DE MUSICA POPULAR				
DESCRIPCIÓN	PRESENTACIÓN	VALOR	CANT.	TOTAL
Bajo eléctrico	4 cuerdas Dandrea, con forro semiduro	224.138	2	448.276
Guitarra Eléctrica	Fender Stratocaster	437.500	2	875.000
Guitarra Electroacústica	Yamaha	400.000	2	800.000
Teclado Electrónico	Yamaha Psr 413 Usb	940.000	4	3.760.000
Batería	Mápex Voyager, 5 piezas- bombo 22"	116.000	1	116.000
Atril de partitura*	Music Stand MPS-11BK	29.500	8	236.000
TOTAL				5.999.276

Fuente: Propia de la Investigación

Tabla 34. Descripción y costo de los accesorios para las agrupaciones

ACCESORIOS PARA LAS AGRUPACIONES				
DESCRIPCIÓN	PRESENTACIÓN	VALOR	CANT.	TOTAL
Atril de partitura	Music Stand MPS-11BK	29.500	20	590.000
Atril Redoblante	Boss Cromada	89.100	1	89.100
Tablero Acrílico	tablero acrílico de 1.20 *80cm.	60.000	1	60.000
TOTAL				739.100

Fuente: Propia de la Investigación

* El costo del atril redoblante y el atril de partitura se cotizan en la tabla 21. En las demás tablas solo se hace mención de éstos a fin de indicar la cantidad necesaria dentro de cada una de las agrupaciones.

Tabla 35. Costo total de los instrumentos musicales

Descripción	Valor
Instrumental para banda	24.201.169
Instrumental orff y de percusión folclórica	2.081.896
Instrumental para orquesta de cuerdas	12.456.894
Grupo de música popular	5.999.276
Estudiantina	3.600.000
Accesorios para las agrupaciones	739.100
SUBTOTAL	49.078.335
IVA	7.852.534
TOTAL	56.930.869

Fuente: Propia de la Investigación

Nota: este es el instrumental básico necesario para que a finales del primer año estén constituidas las siguientes agrupaciones musicales: Una Banda, una Orquesta de Cuerdas, un Conjunto Instrumental de orff y percusión folclórica, un conjunto de música popular electrónica y una estudiantina. Los instrumentos anteriormente mencionados para la banda y orquesta de cuerdas son tomados de acuerdo a los lineamientos sugeridos por los programas de orquestas sinfónicas infantiles y juveniles de Colombia (Batuta) y por los lineamientos del Programa Nacional de Bandas; proyectos enmarcados en el Plan Nacional de Música para la Convivencia del Ministerio de Cultura de Colombia.

Todo el instrumental (número de cada tipo de instrumentos) mencionado, se requiere para el normal funcionamiento de las clases de instrumento, para obtener un excelente balance sonoro dentro de las agrupaciones que se exponen en el documento. Cualquier instrumento de los nombrados que haga falta, ocasionará trastornos en el equilibrio sonoro de la agrupación.

- **Equipo de cómputo y oficina.** En la Tabla 36, se encuentra la descripción y el costo de los equipos de cómputo y oficina.

Tabla 36. Descripción y costo de equipos de cómputo y oficina

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador	Procesador Intel Core 2 Duo 2.66 GHZ monitor LCD 19 Samsung Disco duro de 320 GB, Teclado PS2- mouse ps2 Genius parlantes 120w, regulador de 1200w, DDR2 2GB/800mhz-card reader torre micro AXT-quemador de DVD	2	\$ 1.180.000	\$2.360.000
Portátil	TOSHIBA L455_SP5011 Intel Pentium FUAL CORE T4400 2.2 GHZ 1mb L2 CACHE, 800 FSB display 15.6' lcd- VIDEO INTEL 4 EXPRESS 128MM-828MB DDR3.2GB MEMORIA RAM(máximo 4 GB)- disco duro de 160 WIRELESS 802.11gb- LAN 10/100-1VGA- modem- 3 puertos USB- Lector de memorias 3 en 1- color gris plata- batería de 3 celdas- quemador de DVD- ranura para candado de seguridad- wind 7 home Premium en español a 32-bit- cámara web integrada D40.	1	\$ 1.130.000	\$ 1.130.000
UPS	Batería Interna de 5 a 20 minutos	1	\$ 210.000	\$ 210.000

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Impresora	Impresora Samsung ML 2240	1	\$ 188.000	\$ 188.000
Video proyector	Proyector Powerlite Epson, 2500 lumens, resolución SVGA (800x600), peso 2.7kg. Incluye maletín de fábrica, control remoto.	1	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000
USB	Memoria USB KINGSTON de 8 GB.	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Teléfono	Teléfono pequeño Panasonic	2	\$ 42.000	\$ 84.000
Fax	Fax marca Panasonic, con contestador automático, cortador de papel y de altavoz.	1	\$ 430.000	\$ 430.000
Archivador	Archivador en madera, con cuatro gavetas.	2	\$ 250.000	\$ 500.000
Biblioteca	Biblioteca en madera nogal, 3 entrepaños, ultimo entrepaño con puerta.	1	\$ 260.000	\$ 260.000
Escritorios	Escritorios en madera con 4 gavetas, 2 laterales.	3	\$ 160.000	\$ 480.000
Sillas	Sillas medianas con patas plásticas, rodachines, y tapizadas en paño.	3	\$ 130.000	\$ 390.000
Estantería	Metálica , de 5 entrepaños, dimensión: 90cm *1.20cm	2	\$100.000	\$200.000
Mesa para computador	Mesa para computador en madera	2	\$48.000	\$96.000
Archivador A-Z	Tamaño oficina	2	6.400	12.800
Archivador A-Z	Tamaño carta	2	4.800	9.600
Cinta de enmascarar	Rollo 1 ½	1	2.650	2.650
Cintra transparente	Rollo 1 ½	2	1.100	2.200
Saca ganchos	Unidad	2	1.400	2.800
Tijera para papel	Punta roma	2	1.200	2.400
Cosedora	pequeña	2	7.500	15.000
Perforadora	Unidad	1	6.000	6.000
Ganchos clips	Gema, caja	2	500	1.000
Borrador de nata	Unidad	4	250	1.000
Chinches	Caja	2	800	1.600
CDs	Unidad	12	500	6.000
Gancho clips mariposa	Caja	1	2.850	2.850
Gancho para cosedora	Caja de 5000 unidades	1	2.200	2.200
Lapiceros kilométrico	Unidad	5	600	3.000
Lápiz corrector papermate	Unidad	3	5.200	15.600

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lápiz negro para papel, mirado	Unidad	5	700	3.500
Resaltador	Unidad	3	1.400	4.200
Colbón	225grs	1	2.800	2.800
Papelería tamaño carta	Resma	4	8.300	33.200
Papelería tamaño oficio	Resma	2	9.900	19.800
Pegastic	20grs	1	3.500	3.500
TOTAL				8.151.700

Fuente: Propia de la Investigación

- **Material de clase.** En la Tabla 37, se encuentra la descripción y el costo de material necesario para el desarrollo de las clases

Tabla 37. Material de clase

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tablero Acrílico	Un tablero Acrílico de 1.20 *2.40mts.	1	140.000	\$140.000
Mesas	Mesa ovalada Rimax, 6 puestos	10	85.000	850.000
Sillas	Sin brazo, Rimax	20	17.000	340.000
Grabadora Kaley	Radio Grabadora MP3/VCD/CD	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Marcadores borrables	pelikan	4	1.800	7.200
Resaltador	Unidad	2	1.400	2.800
Papelería tamaño carta	Resma	1	8.300	8.300
Papelería tamaño oficio	Resma	1	9.900	9.900
Papel pentagramado	Block	2	3.500	7.000
TOTAL				\$1.565.200

Fuente: Propia de la Investigación

- **Material de mantenimiento instrumentos musicales.** En la tabla 38 se describen los costos de los materiales necesarios para el mantenimiento de los instrumentos musicales:

Tabla 38. Descripción y costo de los materiales para el mantenimiento de los instrumentos musicales

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Crema de limpieza de instrumentos de metal	Crema bronce Plateado Silver Polish Yamaha	2	18.000	36.000
Crema de limpieza de instrumentos de metal	Crema bronce Dorado Silver Polish Yamaha	2	15.000	30.000
Grasa para clarinete y saxofón	Crema marca RICO	2	5.000	10.000
Colofonia para violín y viola	Crema marca DADI	8	4.000	32.000
Colofonia para cello	Crema marca DADI	4	18.000	72.000
Colofonia para contrabajo	Crema marca Pilastro	4	33.500	134.000
Cañas para clarinete	Marca, Vandoren, caja de 10 unidades	2	80.000	160.000
Cañas para Saxofón Alto	Marca Vandoren, caja de 5 unidades	2	90.000	180.000
Cañas para Saxofón Tenor	Marca Vandoren, caja de 5 unidades	2	65.000	130.000
Limpiador de cuerdas	Crema Dunlop	2	13.000	26.000
Dulce abrigo	Rojo, 5 metros	2	10.000	20.000
Cuerdas para violín 1/2	Juego de cuerdas, concertina	2	23.000	46.000
Cuerdas para violín 4/4	Juego de cuerdas, Concertina	2	25.000	50.000
Cuerdas para viola	Juego de cuerdas, marca Dadi	4	9.000	36.000
Cuerdas para cello	Juego de cuerdas, marca Alice	5	15.000	75.000
Cuerdas para contrabajo	Juego de cuerdas, marca Alice	5	25.000	125.000
Total				\$1.162.000

Fuente: Propia de la Investigación

3.4.2 Equipos de apoyo al servicio

- Equipo de aseo. La Academia de música contará con el siguiente equipó de limpieza para conservar las instalaciones limpias.

Tabla 39. Descripción y costo del equipo de aseo

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Trapeador	Grande, con mango de madera, en mechas de hilo	2	5.000	10.000
Escoba	Mango de madera, escoba de material plástico	2	4.000	8.000
Recogedor	Material plástico	1	3.000	3.000
Estropajo	plástico para baños	2	3.000	6.000
Papelera plástica	Plástica Rimax pequeña	5	6.000	30.000
Balde	Baldes plásticos de 5 litros	2	4.000	8.000
Papelera	Material plástico	3	2500	7.500
Bomba	Bomba para baños	1	4.000	4.000
Total				76.500

Fuente: Propia de la Investigación

- **Equipo de primeros auxilios.** En caso de emergencia la empresa contará con un equipo de primeros auxilios conformado por un botiquín, dotado de medicamentos de primera mano.

Tabla 40. Descripción y costo de equipo de primeros auxilios

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Botiquín	Botiquín mediano de primeros auxilios, metálico	1	48.000	48.000
Medicamentos	Alcohol, algodón, curas, agua oxigenada, isodine, analgésicos, etc.	1	50.000	50.000
Camilla	Camilla madera rígida	1	160.000	160.000
Total				258.000

Fuente: Propia de la Investigación

- **Equipo de seguridad.** La Academia de música adquirirá un equipo de seguridad dado que no contratará los servicios de vigilancia que ofrece las diferentes empresas de seguridad de la ciudad. La tabla 41 detalla los costos del equipo de seguridad.

Tabla 41. Descripción y costo del equipo de seguridad

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Alarma	Alarma Inalámbrica de 16 zonas sin monitoreo, con un panel de 16 zonas, sirena incorporada, control remoto de mano, detector de movimiento inalámbrico.	1	500.00	500.000
Juego de Candados	Candado Grande, Mediano y pequeño para las instalaciones	1	100.000	100.000

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Extintor	Extintor 20 Libras ABC	1	59.000	177.000
Total				777.000

Fuente: Propia de la Investigación

- **Costo total de los equipos a utilizar para la prestación de los servicios de la empresa.** En las siguientes tablas (42 y 43) se describe el costo total de los equipos básicos y de apoyo para el servicio.

Tabla 42. Costo total de los equipos básicos

EQUIPO	COSTO TOTAL
Instrumentos musicales	\$56.930.869
Equipo de cómputo y oficina	\$8.151.700
Material de Clase	\$1.565.200
Material de Mantenimiento Instrumentos Musicales	\$1.162.000
TOTAL	\$67.809.769

Fuente: Propia de la Investigación

Tabla 43. Costo total de los equipos de apoyo

EQUIPO	COSTO TOTAL
Equipo de aseo	\$76.500
Equipo de primeros auxilios	\$258.000
Equipo de seguridad	\$777.000
TOTAL	\$1.111.500

Fuente: Propia de la Investigación

3.5 TALENTO HUMANO

3.5.1 Determinación del personal requerido para la prestación del servicio.

El personal que se vinculará a la academia para los servicios de enseñanza musical serán un maestro de planta (director musical) y un catedrático (profesor de instrumentos y teoría).

- **Profesional de planta:** Se contratará a término fijo, deberá cumplir con un horario de trabajo equivalente a 8 horas diarias.
- **Profesional catedrático:** es el encargado de la orientación instrumental y teórica.

Tabla 44. Descripción de cargos

CARGO	PERFIL	FUNCIONES	CANT.	PAGO MENSUAL
Director musical	Título universitario pregrado en música y postgrado en dirección de conjuntos instrumentales experiencia en manejo de: coro, banda, orquesta y arreglos	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar las materias de: Gramática musical, Historia y apreciación de la música e Instrumento. • Dirigir agrupaciones musicales: Coro, banda y orquesta. • Elaborar arreglos, adaptaciones y composiciones para banda, coro y orquesta. • Direccionar la Escuela de Música en el aspecto musical en concertación con la gerente administrativa. 	1	\$1.492.280.
Profesor de instrumentos y teoría.	Título universitario y experiencia en el manejo de bandas de viento y percusión.	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar las materias de: Gramática musical, Historia y apreciación de la música e Instrumento (vientos y percusión) • Orientar la enseñanza y ejecución instrumental. 	1	\$1.290.978/mes.

Fuente: Propia de la Investigación

3.5.2 Costo anual del personal. Se hará contrato por escrito del personal requerido en la Academia a término fijo, al profesional de planta (director musical) y catedrático (profesor de instrumentos y profesor de teoría).

En las Tabla 45 se estiman los porcentajes correspondientes a las prestaciones sociales y seguridad social integral de cada profesional (profesional de planta y catedrático), para cada año de trabajo.

Tabla 45. Seguridad social integral y prestaciones sociales

PRESTACIONES	PORCENTAJE	P. PLANTA	P. CÁTEDRA
Aportes al EPS- Salud	8.5%	81.600 *12	70.550 *12
Aportes al ARP- Riesgos*	3.814%	36.612 *12	31.655 *12
Aportes al AFP-Pensiones	12%	115.200 *12	99.600 *12
Aportes a Cajas de Compensación Fliar.	9%	86.400 *12	74.700 *12
Cesantías	9.027%	92.400*12	80.665*12
Prima de servicios*	8.340%	80.064*12	69.222*12
Vacaciones*	4.167%	40.003*12	34.586*12
TOTAL APORTES PATRONALES		6.387.361	5.531.735

Fuente: Propia de la Investigación

- ✓ Los porcentajes expuestos son mensuales razón por la cual cada deducción es multiplicada por doce para estimar el costo anual.
- ✓ El patrono corre con el costo total de los riesgos profesionales.
- ✓ Las cesantías corresponde a un salario al año y corren totalmente por cuenta del patrono.
- ✓ La prima de servicios corresponde al 50% del salario, el cual se le reconoce al trabajador 2 veces al año (junio y diciembre).
- ✓ Cumplido un año de trabajo, el trabajador tiene derecho a quince (15) días de vacaciones, las cuales serán remuneradas en su totalidad por el patrono, con los respectivos aportes de seguridad social integral y prestaciones sociales.

Salario del profesional de planta. La Academia de música estableció pagar un salario fijo al director musical de \$ 960.000/mes, que sumado a las apropiaciones (salud, riesgos profesionales, entre otros), por valor de \$532.280/mes, dan un total de **\$1.492.280**. Dicho sueldo se ha establecido debido a que éste debe realizar trabajos como: vigilar el cumplimiento del pensum académico impartido por los profesores, la clase de instrumentos que debe orientar, adaptación y elaboración de arreglos para los conjuntos instrumentales de guitarra y bajo, bandas y orquesta de cuerda, realiza los montajes de los conjuntos instrumentales de guitarra y bajo, bandas y orquesta de cuerda. El salario y las deducciones a pagar para los años de operación se muestran a continuación en la tabla 46:

Tabla 46 Salario y deducciones profesional de planta

DEVENGADO (mes)			DEDUCCIONES (mes)			NETO A PAGAR
SUELDO	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	APORTE SALUD	APORTE PENSION	TOTAL DESCUENTOS	
960.000	63.600	1.023.600	38.400	38.400	76.800	946.800
960.000		1.023.600	38.400	38.400	76.800	946.800

Fuente: Propia de la Investigación

- **Salario del profesional catedrático.** El salario del profesor de instrumentos y teoría será de \$830.000/ mes, incluyendo las prestaciones sociales y seguridad social integral a que tiene derecho, por valor de \$460.978/mes, así el salario correspondiente es de **\$1.290.978/mes**. En la tabla 47 se discriminan el salario y las deducciones del profesional catedrático para los años de operación:

Tabla 47. Salario y deducciones profesional catedrático

DEVENGADO (mes)			DEDUCCIONES (mes)			NETO A PAGAR
SUELDO	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	APORTE SALUD	APORTE PENSION	TOTAL DESCUENTOS	
830.000	63.600	893.600	33.200	33.200	66.400	827.200
830.000		893.600	33.200	33.200	66.400	827.200

Fuente: Propia de la Investigación

- **Costo total del personal requerido por la academia.** Para el primer año de operación el costo total del personal es de **\$33.399.096**, como se indica la siguiente tabla:

Tabla 48. Costo total personal (año 1)

AÑO 1 (2010)	COSTOS
Profesional de planta y catedrático	\$ 21.480.000
Prestaciones y aportes	\$ 11.919.096
Total mano de Obra	\$33.399.096

Fuente: Propia de la Investigación

4. EDIFICIOS

4.1 DESCRIPCIÓN

La academia ofrecerá servicios de enseñanza instrumental y teoría musical, para ello dispondrá de un espacio físico agradable, dotado de oficinas administrativa, de profesores, auditorio para ensayos, almacén de instrumentos (de cuerda, viento y percusión), salones de clase de instrumento y baños, con el fin de garantizar al personal de la empresa un óptimo desarrollo en su trabajo e igualmente para que los clientes se sientan cómodos y reciban un servicio de alta calidad.

4.2 COSTO

El costo total para la edificación de la futura Academia de música (primera etapa) es de \$216.000.000, valor considerado dentro de las inversiones fijas, la cual estará ubicada en el barrio la Pamba de la ciudad de Popayán. Inicialmente se llevará a cabo una primera etapa (primer piso), debido al alto costo de inversión requerido (\$322.588.602). Para una futura ampliación se tendría como opción la edificación de una segunda planta para complementar los servicios; sin embargo, en la fase de operación del proyecto solamente se incurriría en la inversión de la primera planta, no se considerarán los costos de inversión de la segunda planta.

5. ESPACIO FÍSICO/DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

5.1 ESPACIO FÍSICO

Para llevar a cabo un óptimo funcionamiento la empresa debe contar con una distribución de planta acorde con los requerimientos técnicos, logísticos y de imagen corporativa. Esta debe ser flexible, es decir, que en el largo plazo haya lugar para adecuar el espacio físico (diseño de interiores) para futuras ampliaciones.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, las instalaciones mínimas requeridas por la Academia de música son:

Recepción y atención del cliente: este espacio está destinado para recibir y atender a los clientes de la empresa; la secretaria será la encargada de dar atención oportuna y efectiva a las necesidades y expectativas del cliente; será la responsable de generar una imagen corporativa positiva, frente a la calidad en la prestación del servicio.

En esta sección de la distribución de planta, se hace necesario contar con una serie de elementos físicos, como: un escritorio de oficina, 1 silla, un equipo de cómputo, un fax – teléfono, una impresora, un archivador, un basurero e implementos de oficina.

Oficina administrativa: Contará con los siguientes recursos físicos: un escritorio, sillas, una cesta de basura, un computador, un lábaro con el organigrama de la Academia, valores, principios, misión y visión de la empresa.

Oficina de profesores: Este espacio está destinado para que trabajen los profesores de instrumentos, teoría y el director musical. El espacio contará con tres escritorios con sus implementos de oficina, sillas, tablero en acrílico, computadores.

Almacén de instrumentos: Espacio destinado a guardar instrumentos; contará con una estantería e implementos de aseo y mantenimiento; a su vez este espacio será utilizado para la venta de instrumentos, accesorios, libros, métodos y materiales audiovisuales.

Auditorio para ensayos: Este espacio es diseñado para los ensayos de las diferentes agrupaciones de la academia, ceremonias de graduación, reuniones y como espacio de clases colectivas. El auditorio tendrá una excelente adecuación

acústica y contará con equipos de audio, video y amplificación, el escenario tendrá sillas sin brazos, un pódium y atriles.

Salón de clase de instrumento: Este espacio estará acondicionado con aislamiento acústico para que las clases no interfieran con el exterior y estará dotado de un escritorio, sillas sin brazos, atriles y estantería para la acomodación de libros, partituras, materiales audiovisuales e instrumentos (cuerda, viento y percusión).

Salones de teoría: Estarán acondicionados con pupitres, un escritorio, equipos de audio y video.

Baños: Para comodidad y servicio de nuestros clientes. Habrá baños para el público en general, baños privados para los profesores y el personal administrativo que opera en la empresa.

5.2 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

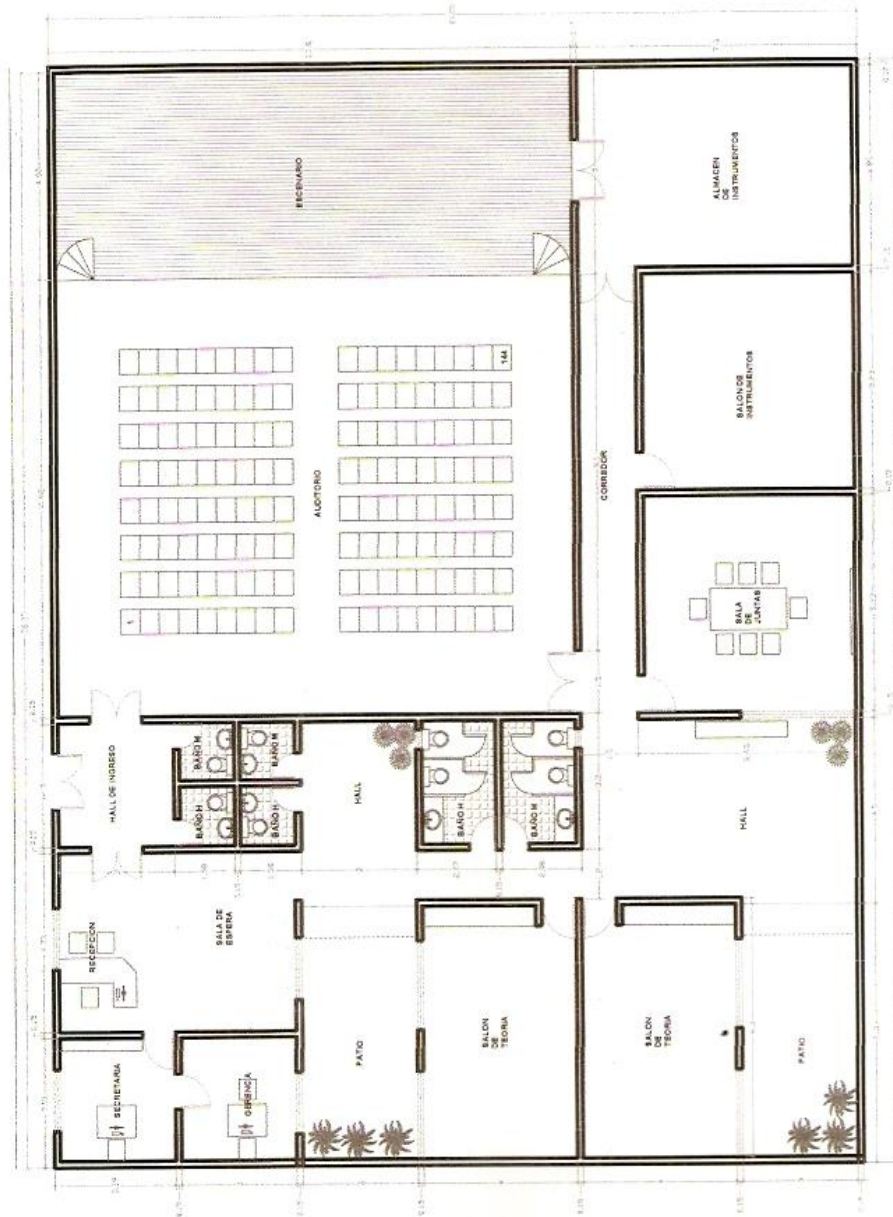
En el primer piso estarán ubicados los tres salones que entrarán, inicialmente, en funcionamiento para impartir las clases de teoría e instrumentos; la oficina administrativa, de profesores, el almacén de instrumentos y el auditorio, dejando ubicado los espacios necesarios para futuras ampliaciones.

De este modo la distribución de planta de la Academia de música se describe de la siguiente manera:

5.2.1 Distribución de planta primer piso (Recorrido primer piso): a partir del hall de ingreso, justo al frente se encuentran los baños; a mano derecha la recepción, la oficina de la secretaria y de la gerencia; a mano izquierda, el auditorio para ensayos. Continuando con el recorrido, se encuentra a partir del patio 1, al lado izquierdo, la puerta de ingreso a los salones de teoría y el patio 2 para la iluminación; y a mano derecha están los baños. Seguidamente, cruzando hacia la izquierda por el corredor, la puerta de ingreso a la sala de juntas, el salón de instrumentos y el almacén de instrumentos respectivamente; este último tiene otra puerta que también conduce al escenario del auditorio, para facilitar el desplazamiento de los instrumentos.

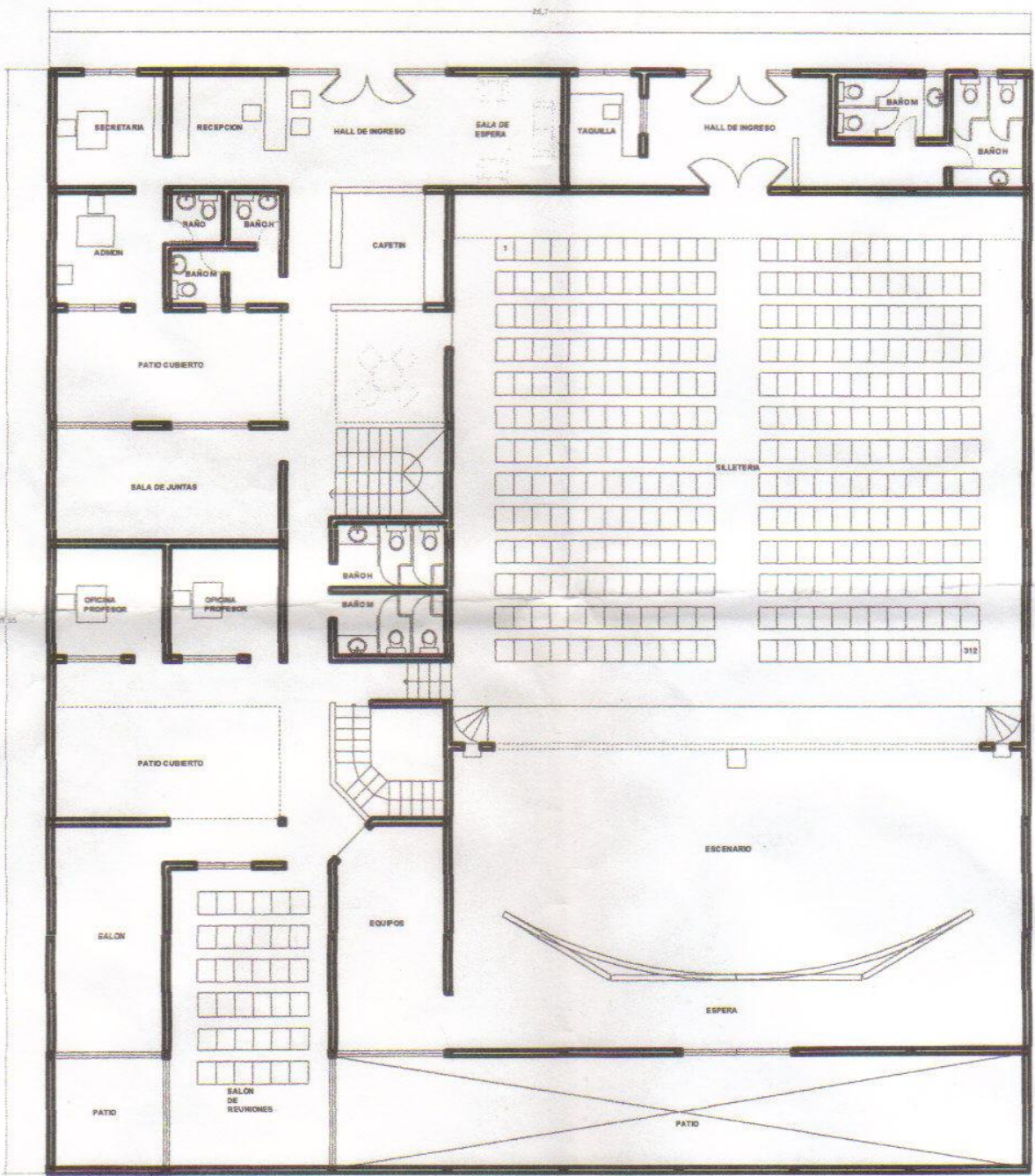
En la **figura 15** se muestra la planta general de la academia de música Jubal. En la **figura 16** se muestra una opción de la futura ampliación de la academia.

Figura 15 Distribución de Planta academia de música Jubal

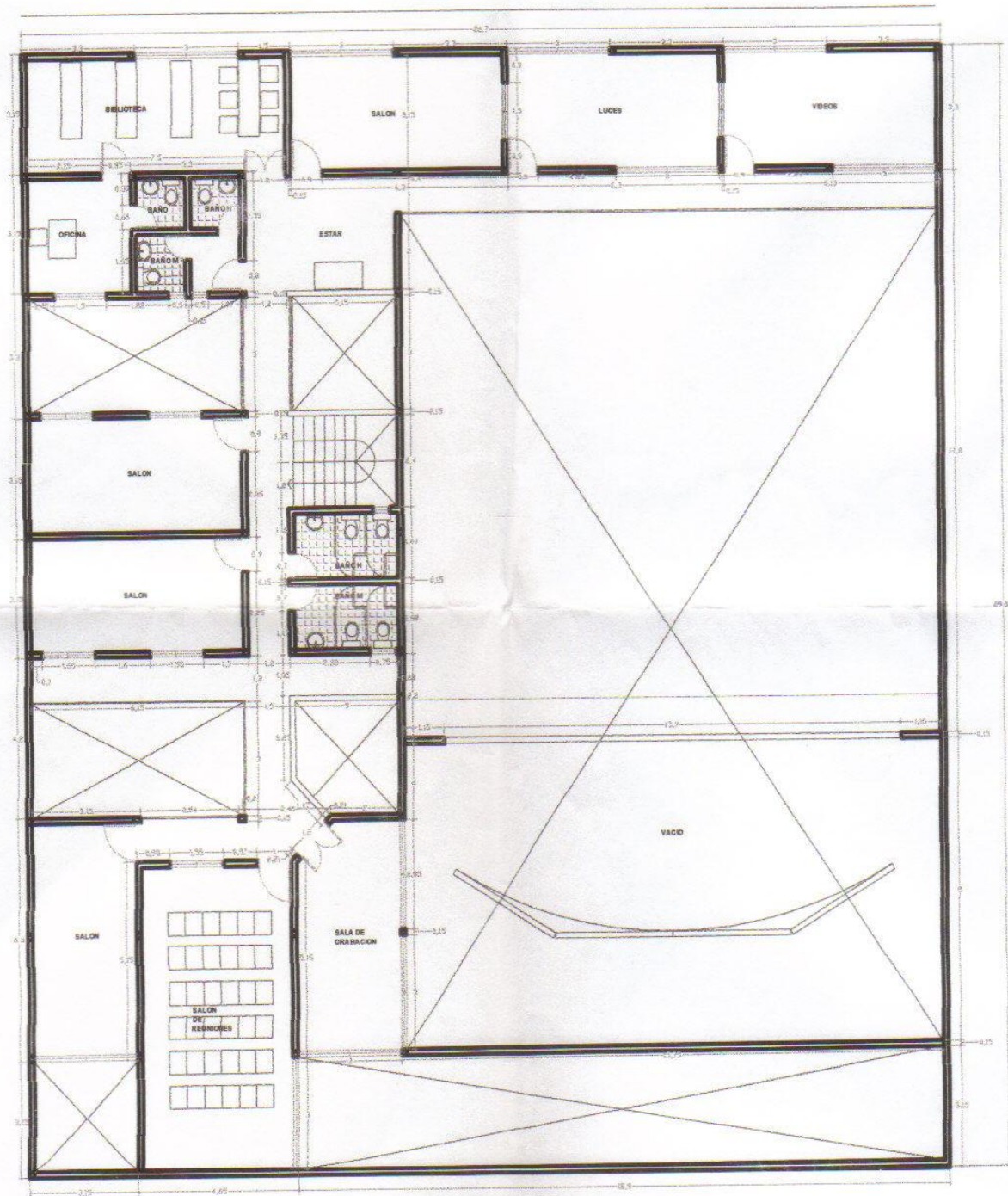


**PLANTA GENERAL
ACADEMIA DE MUSICA**

Figura 16. Futura ampliación de la academia de música Jubal: Primero y segundo piso



PLANTA PISO 1 ACADEMIA MUSICA



**TERCERA ETAPA
PLANTA PISO 2 ACADEMIA
MUSICA**

6. PROGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

6.1 ACTIVIDADES NECESARIAS

A. La persona responsable de la ejecución del proyecto está en asociación con otro integrante, un experto en los requerimientos para el establecimiento de la empresa.

B. Estudios técnicos detallados: dado el tipo de servicio, el proyecto requiere un proceso adicional de estudios detallados respecto a especificaciones especiales de materiales para la adecuación de las instalaciones respectivas, puesto que la Academia genera un grado de impacto (contaminación) auditiva.

C. Aprobaciones requeridas para el montaje y funcionamiento de la empresa: la puesta en marcha de la empresa requiere de exigencias arquitectónicas especiales, para el aislamiento del sonido; no se requiere de ningún tipo de licencias especial adicional, solo es necesario la constitución legal de la empresa.

D. Financiación del proyecto: está determinada por dos fuentes vitales; el aporte social correspondiente a los gestores de la propuesta y la financiación a través de una entidad bancaria, Fondo Emprender u otro tipo de alternativa.

E. Edificación de la obra: previa la adquisición y evaluación del terreno (lote), concluidos los permisos respectivos de la construcción del terreno, edificios, se procederá a llevar a cabo la construcción de la edificación de acuerdo a los requerimientos establecidos.

F. Adecuación del sitio (aislamiento acústico): una vez establecida la edificación de la obra se procede a concluir la planta física con las especificaciones y adecuaciones necesarias, acorde con la distribución de planta desarrollada, para prestar un óptimo servicio.

G. Adquisición de instrumentos musicales: la cotización se hizo y describió detalladamente en el ítem: *instrumentos musicales*.

H. Instalación de instrumentos musicales: Una vez hecha la adquisición del instrumental se procederá a su instalación, esta se hará con base al diseño de distribución de la planta.

I. Elección de la tecnología (equipo de oficina, material de clase, entre otros). En el caso de la academia la tecnología es de fácil acceso y se describe en detalle en la parte de Selección de propiedades y equipo, numeral 3.4.

J. Elección del personal: al igual que la elección de la tecnología e instrumental musical es de fácil alcance, el recurso humano se describió en detalle en el ítem 3.6 personal requerido para la prestación del servicio.

K. Cotización y evaluación de distintos proveedores: tanto de de propiedades y equipo como de los requerimientos de adecuación de las instalaciones y en lo relacionado al tipo de publicidad que se realizara para dar a conocer a la población los servicios que ofrece la academia.

L. Establecimiento legal de la organización: se realizará durante la fase operacional del proyecto. Se hará el diseño de la estructura organizacional para

materializar los objetivos propuestos, se realizara la convocatoria, selección, contratación, capacitación, evaluación del personal a vincular.

M. Campañas publicitarias y promoción: se hará a través de los diferentes medios de comunicación como televisión, radio, periódicos y directorio telefónico. Así mismo se efectuará la gestión en relación al diseño y elaboración de material publicitario (pendones, lábaros, volantes, tarjetas de presentación, entre otros), a fin de que se cuente previamente con estos elementos e iniciar los servicios sin ningún contratiempo.

6.2 ESTIMACIÓN DEL TIEMPO

Tabla 49. Estimación del tiempo requerido para la fase de inversión

ACTIVIDAD	ACTIVIDAD PRECEDENTE	TIEMPO ESTIMADO (SEMANAL)
A. Personal: Ejecutora del proyecto con un experto en los requerimientos para el establecimiento de la academia.	—	2
B. Estudios técnicos detallados	A	3
C. Aprobaciones requeridas para el montaje y funcionamiento de la empresa	B	4
D. Financiación del proyecto	C	3
E. Edificación de la obra	D	10
F. Adecuación del sitio (aislamiento acústico).		3
G. Adquisición de instrumentos musicales.	E	3
H. Instalación de instrumentos musicales.	F	2
I. Elección de la tecnología (equipo de oficina, material de clase, entre otros).	G	2
J. Elección del personal.	H	3
K. Cotización y evaluación de distintos proveedores.	I	2
L. Establecimiento legal de la organización.	J	3
M. Campañas publicitarias y promoción.	K	8

Fuente: propia de la investigación

Tabla 50. Programación fase de inversión del proyecto

ACTIVIDAD	ACTIVIDAD PRECEDENTE INMEDIATA	TIEMPO ESTIMADO (SEMANAL)	SEMANAS																																					
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32						
A. Personal: Ejecutora del proyecto con un experto en los requerimientos para el establecimiento de la academia.	—	2	■	■																																				
B. Estudios técnicos detallados	A	3		■	■	■																																		
C. Aprobaciones requeridas para el montaje y funcionamiento de la empresa	B	4				■	■	■	■																															
D. Financiación del proyecto	C	3							■	■	■																													
E. Edificación de la obra	D	10										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																	
F. adecuación del sitio (aislamiento acústico).	E	3																			■	■	■																	
G. Adquisición de instrumentos musicales.	F	3																				■	■	■																
H: instalación de instrumentos musicales.	G	2																						■	■															
I. Elección de la tecnología (equipo de oficina, material de clase, entre otros).	H	2																							■	■														
J. elección del personal.	I	3																									■	■	■											
K. Cotización y evaluación de distintos proveedores.	J	2																										■	■											
L. Establecimiento legal de la organización	K	3																											■	■	■									
M. Campañas publicitarias y promoción.	L	8																																■	■	■	■	■	■	■

Fuente: propia de la investigación

6.3 PROGRAMACIÓN PARA LA FASE DE INVERSIÓN DEL PROYECTO

En la tabla 50 se representa la programación de la fase de inversión del proyecto, a través de un diagrama de Gantt, en donde se calcula el tiempo total de duración del mismo, correspondiente a 32 semanas.

6.4 GASTOS DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Los gastos en que se incurrirán para la ejecución del proyecto son:

6.4.1. Gastos preoperativos de la fase de preinversión. Para este proyecto, son aquellos en los que se ha incurrido para la realización de este estudio, los cuales son de \$ 1.000.000.

6.4.2. Gastos preoperativos de la fase de inversión. Dentro están los gastos legales, edificación de las instalaciones donde funcionara la empresa y la publicidad.

Tabla 51. Gastos preoperativos: fase de inversión

DESCRIPCIÓN	COSTO
Construcción sede	\$ 216.000.000
Gastos Legales	\$ 500.000
TOTAL	\$216.500.000

Fuente: Propia de la Investigación

El total de gastos preoperativos de la fase de inversión del proyecto es de **\$216.500.000**.

En la Tabla 52 se determina el total de los gastos preoperativos del proyecto, tanto en su fase de preinversión como inversión.

Tabla 52. Total gastos preoperativos

DESCRIPCIÓN	COSTO
Fase de preinversión	\$1.000.000
Fase de inversión	\$216.500.000
Total	\$217.500.000

Fuente: Propia de la Investigación

El total de los gastos preoperativos del presente proyecto es de **\$217.500.000**.

7. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO

- La capacidad instalada de la academia se determinó por la cantidad de estudiantes que deseen inscribirse. Esa capacidad se utilizará al 100% pues la demanda es superior a la que realmente la academia está en capacidad de atender, dado que su capacidad instalada es de 210 personas.
- La capacidad utilizada para el primer año es del 60%, del 75% para el segundo año, finalmente para los años 3 al 10 es del 100%.
- La enseñanza musical se desarrollará por grupos de edades desde los 5 a los 20 años de edad; el horario de atención será de lunes a sábado, de 8 am a 12 m y de 2 pm a 6 pm. El programa se desarrollara en tres niveles: inicial, básico y técnico, con una intensidad de 8, 5, 12 horas a la semana respectivamente.
- La localización seleccionada para la Academia de música fue barrio la Pamba de acuerdo a los criterios de evaluación establecidos, la cual resulta favorable puesto que allí se encuentra ubicado el principal nicho de mercado de la empresa, además de ser un sector reconocido y prestigioso, con buena seguridad, acorde a los requerimientos de la empresa.
- Se describieron las funciones del personal operativo necesario para la prestación del servicio, como del personal administrativo de la academia de música. También se diseñaron los procesos operativos a cargo de los profesionales y las actividades a desarrollar con los futuros clientes.
- La construcción de la sede se llevará a cabo en el barrio la Pamba, donde se realizarán las adecuaciones, instalaciones y distribución de planta que requiere la empresa.
- El costo total de la edificación de la empresa es de **\$ 216.000.000**. De llevarse a cabo una futura ampliación de la academia, ésta tendrá un costo de **\$ 322.588.602**.
- Los costos de mayor cuantía están representados en la edificación de la academia, los instrumentos musicales y el costo del personal, respectivamente.
- Se estimó que la ejecución del proyecto tiene una duración de 32 semanas.

IV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

1. CONSTITUCIÓN DE LA ACADEMIA Y DISPOSICIONES LEGALES

1.1 CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE LA ACADEMIA (RAZÓN SOCIAL)

La estructura organizativa será como persona natural, régimen común, dado que los ingresos brutos de la academia de música, superan el equivalente de 4.000 Uvt, que para el año 2011 es de \$25.132, el valor en pesos es de \$100, 528,000. Fiscalmente esta estructura organizativa es más conveniente dado que el tratamiento de impuestos, trámites de constitución de la academia y los costos de constitución resultan ser menos complejos y existen ventajas para los establecimientos educativos, por ejemplo, el régimen tributario especial.⁴⁴, que consiste en el tratamiento “especial” para algunos contribuyentes a que se refiere el artículo 19, están sometidos al impuesto de renta y complementarios sobre el beneficio neto o excedente a la tarifa única del veinte por ciento (20%).

“El objeto social que hace procedente la deducción y exención de que tratan los artículos anteriores, deberá corresponder a actividades de salud, educación, cultura, deporte aficionado, investigación científica y tecnológica o a programas de desarrollo social, siempre y cuando las mismas sean de interés general y que a ellas tenga acceso la comunidad.”⁴⁵

La Academia de música se constituirá como persona natural, cuya única propietaria es la proponente. Por tanto, el nombre comercial o razón social de la organización es: Academia de Música Jubal.

1.1.1 Persona natural. En esta clasificación no existen opciones de empresa. Para un emprendedor es la opción ideal, ya que no tendrá que desplegar estructuras jurídicas ni de administración complejas y responderá con su patrimonio ante cualquier acción realizada.⁴⁶

La persona natural es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal.

Al constituirse una empresa como Persona Natural, se asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa, lo cual implica que la persona

⁴⁴ régimen tributario especial, artículo 356. En: estatuto tributario, parte 16

⁴⁵ ibíd. artículo 359.

⁴⁶ Crear empresa. En: Cámara de comercio

asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea (los bienes que estén a su nombre) las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

1.1.2 Ventajas persona natural

- La constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima.
- La constitución de la empresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales.
- No se le exige llevar y presentar tantos documentos contables.
- Si la empresa no obtiene los resultados esperados, el giro del negocio puede ser replanteado sin ningún inconveniente.
- Las empresas constituidas bajo la forma de persona natural pueden ser vendidas o liquidadas fácilmente.
- La propiedad, el control y la administración recae en una sola persona.
- Se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción.
- Pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.

1.1.3 Desventajas persona natural

- Tiene responsabilidad ilimitada, es decir, el dueño asume de forma ilimitada toda la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, lo que significa que deberá garantizar dichas deudas u obligaciones con su patrimonio o bienes personales.
- Capital limitado solo a lo que pueda aportar el dueño.
- Presenta menos posibilidades de poder acceder a créditos financieros; los bancos o entidades financieras se muestran menos dispuestas a conceder préstamos a Personas Naturales.
- Falta de continuidad en caso de incapacidad del dueño.⁴⁷

En el decreto 4904 de 2009, expuestos en el capítulo I, se estipulan los requisitos básicos para ofrecer el servicio educativo de las instituciones educativas para el trabajo y el desarrollo humano.

1.2 DISPOSICIONES LEGALES

Las disposiciones legales para la creación de la academia de música (licencia de funcionamiento, requisitos para el registro de los programas), se mencionaron detalladamente en el Capítulo I, ítem 1.6 Legislación. En cuanto a los requisitos de

⁴⁷ Persona natural y persona jurídica. En: crece negocios, abril 2009

tipo legal, en la tabla 53 se consignan los exigidos legalmente para la constitución y puesta en marcha de la empresa.

Tabla 53. Aspectos legales

SITIO DE TRAMITE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Oficina de Planeación Municipal (Alcaldía).	Solicitud permiso de uso de suelos.	<ul style="list-style-type: none"> Se debe efectuar un pago por un valor determinado dependiendo de la inversión con la que cuente la empresa, luego se diligencia un formulario, a la espera de la visita respectiva a la localización de la empresa para la correspondiente emisión del certificado.
Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)	Obtención de registro único tributario (RUT)	<ul style="list-style-type: none"> Con el certificado de existencia y representación que se solicite en la Cámara de Comercio, hay que dirigirse a la DIAN y solicitar el formulario de RUT (registro único tributario), por medio del cual se puede realizar trámites como la asignación del NIT. Se realiza la respectiva inscripción de solicitud anexando copia de escritura pública de constitución para la posterior obtención del Nit respectivo. Debido a la razón social (persona natural), y el tipo de negocio (educación), la empresa estará exenta de pagar impuestos, de acuerdo con el sistema tributario del país. Por concepto de inscripción en Cámara y comercio la empresa deberá pagar el valor de \$973.000/año.
Aseguradora de Riesgos Profesionales (ARP).	Afiliación a la aseguradora (ISS, Colmena, Suratep, entre otros.)	<ul style="list-style-type: none"> Para la solicitud de vinculación se adjunta el registro de la Cámara de Comercio, fotocopia del NIT y de la cédula de ciudadanía del representante legal, con lo que se obtiene un código o numero patronal de identificación, para de manera posterior registrar a los trabajadores. El empleador debe llenar una solicitud de vinculación de la empresa al sistema general de riesgos profesionales, la cual es suministrada sin ningún costo por la ARP, dependiendo el grado y la clase de riesgo de las actividades de la empresa, ellos establecen la tarifa de riesgo la cual es un porcentaje total de la nómina y debe ser asumida por el empleador, dicho valor se debe pagar cada mes.
Régimen de Seguridad Social.	Afiliación a un régimen de seguridad social.	<ul style="list-style-type: none"> Se debe inscribir alguna entidad promotora de salud (EPS) a todos los trabajadores, los empleados podrán elegir libremente a que entidad desean vincularse (Cooameva, Susalud, Cafesalud, Cruz Blanca, entre otras). Una vez elegida el empleador deberá adelantar el proceso de afiliación tanto de la empresa como para el trabajador, mediante la diligenciación de los formularios, los cuales son suministrados en la EPS elegida.
Fondo de Pensiones y Cesantías	Afiliación a un fondo de pensiones y cesantías	<ul style="list-style-type: none"> El empleador debe afiliar a todos los miembros de la empresa al fondo de pensiones, el cual el trabajador podrá elegir. Una vez elegido se llena la solicitud de vinculación, la cual se la suministra el fondo.

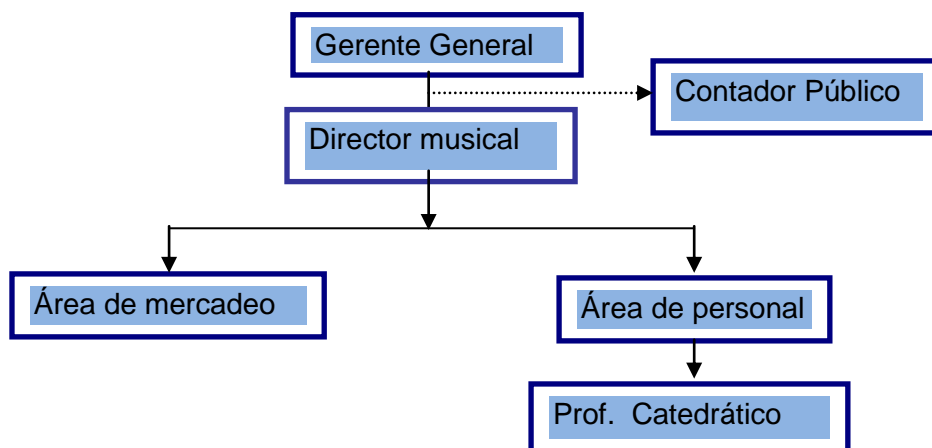
SITIO DE TRAMITE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Caja de Compensación Familiar	Afiliación a una caja de compensación familiar.	<ul style="list-style-type: none"> Se debe llenar un formato de afiliación anexando una copia de la escritura de constitución, o el informe de constitución y gerencia expedida por la Cámara de Comercio, una relación de los empleados con sus salarios mensuales, inscripción en el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. Al diligenciar el formulario de inscripción, se anexa la fotocopia del NIT, del registro de la Cámara de Comercio, fotocopia de la inscripción en la ARP y de la licencia de funcionamiento.
Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA.	Afiliación Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.	<ul style="list-style-type: none"> Se envía una carta al SENA, institución que deberá dar respuesta a la solicitud.

Fuente: propia de la investigación

2. ORGANIZACIÓN PARA LA FASE OPERACIONAL DEL PROYECTO

2.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Figura 17. Estructura organizativa academia



Fuente: Realización Propia de la Investigación

2.2 DESCRIPCIÓN DE CARGOS

Tabla 54. Descripción de cargos

CARGO	DESCRIPCION	FUNCION
Gerente General	La gerente general es la encargada de la dirección estratégica de la empresa y coordinar las funciones de las áreas organizacionales respectivas.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerenciar la academia. • Controlar y evaluar permanente el desempeño de las áreas de la empresa. • Llevar a cabo la planeación del servicio a prestar. • Llevar a cabo programas de mercadeo, publicidad, relaciones públicas de la empresa. • Realizar el diagnostico organizacional como insumo para la determinación de un plan de acción. • Ejecutar el plan de acción. • Tomar decisiones oportunas. • Responder por la consecución de los resultados. • Realizar una evaluación final con fines de retroalimentación personal y organizacional. • Garantizar la seguridad y bienestar del personal que labora en la organización. • Firmar los balances y demás estados e informes financieros. • Conciliar y resolver los problemas de la organización.
Director musical	Responsable del manejo de las siguientes áreas	<ul style="list-style-type: none"> • Gramática musical. • Historia y apreciación de la música. • Instrumento. • Agrupaciones musicales: Coro, banda y orquesta. • Orquestación y arreglos.
Contador público	Responsable del manejo financiero de la Academia.	<ul style="list-style-type: none"> • Tener almacenada los estados financieros de la empresa libros contables debidamente actualizados. • Realizar una evaluación financiera que ayude a la toma de decisiones por parte de la gerencia.
Secretaria ejecutiva	Técnico en secretariado ejecutivo	<ul style="list-style-type: none"> • Atención e información al cliente. • Llevar los archivos (documentación, matriculas, hojas de vida de los clientes). • Demás labores conforme a su cargo.
Aseador(a)	Experiencia en oficios varios	<ul style="list-style-type: none"> • Labores de limpieza y aseo de las instalaciones. • Oficios varios, dependiendo de las labores conformes a su cargo.

Fuente: propia de la investigación

2.3 NÓMINA FASE OPERACIONAL

La nómina del personal operativo en la fase operacional (anual), se estableció en el numeral 3.5.3.3 (costo Total del personal requerido por la Academia); están definidos los salarios, prestaciones sociales y seguridad social integral, los cuales ascienden a **\$33.399.096** (tabla 49). Los porcentajes utilizados para el cálculo de las prestaciones y seguridad social integral son los vigentes del año en curso (2.011). Igualmente se hará el respectivo contrato por escrito del resto del personal (administración y secretaria) a término fijo; el monto salarial corresponde a **\$1.244.524** y **\$835.106** respectivamente, incluyendo las prestaciones sociales y seguridad social integral a que tienen derecho. Respecto al contador público y la aseo se contratarán bajo la modalidad de prestación de servicios, puesto que no requieren cumplir con un horario de trabajo, solamente es necesario que se encarguen de tener al día las tareas asignadas. El contador deberá llevar las operaciones contables de la empresa, presentar los informes pertinentes; la Academia no le reconoce prestaciones sociales, por cuanto no cumple con un horario de trabajo, es libre de realizar su trabajo en el momento que lo desee o laborar en otras empresas simultáneamente; de igual manera y bajo las mismas condiciones se contratará a la aseo.

En la Tabla 55 se estiman los porcentajes correspondientes a las prestaciones sociales y seguridad social integral de la secretaria y la gerente. En las tablas 56 y 57 se describen el salario y las deducciones mensuales de la administradora y secretaria; finalmente en la tabla 58 se describe el costo total del personal por cada año de operación:

Tabla 55. Seguridad social integral y prestaciones sociales

PRESTACIONES	PORCENTAJE	GERENTE	SECRETARIA
Aportes al EPS- Salud	8.5%	68.000 *12	45.526*12
Aportes al ARP- Riesgos*	3.814%	30.510 *12	20.427 *12
Aportes al AFP-Pensiones	12%	96.000 *12	64.272 *12
Aportes a Cajas de Compensación Familiar	9%	72.000 *12	48.204 *12
Cesantías*	9,027 %	77.957 *12	54.090 *12
Vestido y calzado de labor*	100%	-	200.000*3
Prima de servicios*	8.340%	66.720 *12	44.669 *12
Vacaciones*	4.167%	33.336 *12	22.318 *12
TOTAL APORTES PATRONALES		5.334.283	4.194.072

Fuente: propia de la investigación

- Los porcentajes expuestos son mensuales razón por la cual cada deducción es multiplicada por doce para estimar el costo anual.
- La prima de servicios corresponde al 50% del salario, el cual se le reconoce al trabajador 2 veces al año (junio y diciembre).
- La secretaria al ganar menos de dos salarios mensuales tiene derecho a auxilio de transporte, vestido y calzado de labor, por cuenta del patrono.

- Cumplido un año de trabajo el trabajador tiene derecho a quince (15) días de vacaciones remuneradas, con los respectivos aportes de seguridad social integral y prestaciones sociales.
- Las cesantías corresponden a un salario al año y corren totalmente por cuenta del patrono.

Tabla 56. Salario y deducciones administradora

DEVENGADO (mes)			DEDUCCIONES (mes)			
Sueldo	Auxilio de Transporte	Total Devengado	Aporte Salud	Aporte Pensión	Total Descuentos	Neto a Pagar
800.000	63.600	863.600	32.000	32.000	64.000	799.600
800.000		863.600	32.000	32.000	64.000	799.600

Fuente: propia de la investigación

Tabla 57. Salario y deducciones secretaria

DEVENGADO (mes)			DEDUCCIONES (mes)			
Sueldo	Auxilio de Transporte	Total Devengado	Aporte Salud	Aporte Pensión	Total Descuentos	Neto a Pagar
535.600	63.600	599.200	21.424	21.424	42.848	556.352
535.600		599.200	21.424	21.424	42.848	556.352

Fuente: propia de la investigación

El contador público y la aseo, no tienen derecho a prestaciones sociales ni a seguridad social integral; serán contratados bajo la modalidad de prestación de servicios, por lo tanto no tienen la obligación de cumplir con un horario de trabajo, el salario será de **\$450.000/mes** y **\$350.000/mes** respectivamente.

2.3.1 Costo total del personal requerido por la academia. El costo total de personal para el primer año de operación es de **\$35.155.555**.

Tabla 58. Costo total personal (año 1)

AÑO 1	COSTOS
Administradora	\$9.600.000
Prestaciones y Aportes	\$5.334.283
Secretaria	\$6.427.200
Prestaciones y Aportes	\$4.194.072
Profesionales por prestación de servicios	\$ 9.600.000
TOTAL MANO DE OBRA	\$35.155.555

Fuente: Propia de la Investigación

2.4 FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

La filosofía organizacional de la Academia está basada en la calidad⁴⁸, centrada en la permanente satisfacción de las expectativas del cliente interno y externo para ser altamente competitivos. La mejora continua⁴⁹, o búsqueda de la excelencia, conlleva a aceptar un nuevo reto cada día, de manera progresiva e incorporando estratégicamente las actividades institucionales, a todos los niveles.

Para la Academia son de suma importancia estas políticas, con el fin de lograr la preferencia de los clientes por nuestra organización; un servicio integro y diferenciador, basado en la enseñanza de un programa teórico- práctico que permitirá a cada persona alcanzar un óptimo nivel de conocimiento en el campo musical.

2.4.1 Misión. La academia de música Jubal es una institución musical, caracterizada por tecnologías revolucionarias de actualidad en la labor enseñanza-aprendizaje, manejo y ejecución vocal-instrumental, que promueve la integridad musical popular y socio-cultural, que cuenta con un ambiente e infraestructura adecuadas para el desarrollo de su ejercicio, así como con un personal altamente especializado en el ramo.

2.4.2 Visión. Para el año 2015, ser líder en la prestación del servicio en la ciudad de Popayán y la región, posicionándose por sus principios filosóficos de calidad, mejoramiento continuo y desarrollo de la región.

2.4.3 Objetivos

- Ofrecer el mejor servicio metodológico de enseñanza musical, en la ciudad de Popayán.
- Generar mayor valor agregado para nuestros clientes en relación a la competencia.
- Propiciar el mejor ambiente institucional para alumnos, educadores y demás miembros de la organización.
- Establecer sistemas de seguimiento y control, que permitan determinar la eficacia de nuestra metodología.
- Contribuir a la formación integral de los miembros de la organización, a través de capacitaciones, en relación al servicio que prestan.

⁴⁸ Administración y finanzas. En: monografías.com

⁴⁹ Ibíd., Pág. 184.

2.4.4 Principios

- **Solidaridad:** unidad de actuación entre los clientes internos como externos, con un alto grado de integración en relación a la calidad del servicio.
- **Responsabilidad:** Capacidad de tomar decisiones de forma autónoma.
- **Trabajo en equipo.** Fomentando el sentido de pertenencia por la empresa para obtener óptimos resultados.
- **Los clientes son la razón de ser de la empresa:** nuestro trabajo busca satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.
- **Confianza:** Esperanza firme que se tiene de alguien o algo. Seguridad que alguien tiene en sí mismo. Ánimo, aliento, vigor para obrar. Poseer las cualidades recomendables para el fin a que se destina.
- **Excelencia y Calidad:** para lograr la satisfacción de nuestros clientes, la calidad y la excelencia de los servicios de asesoría y consultoría administrativa a prestar deben ser nuestra máxima prioridad.
- **Mejoramiento continuo:** realizar con excelencia todo lo que se hace; magnificas relaciones internas y externas, para el constante crecimiento de la empresa.
- **Tecnología de punta:** trabajar con tecnología adecuada para la prestación eficaz y eficiente de los servicios de la academia.

2.5 GASTOS ADMINISTRATIVOS

2.5.1 Gastos de personal administrativo. El personal administrativo está compuesto por la administradora, el director musical y el contador público (aunque este último no esté presente en la empresa, es el responsable de la contabilidad de la empresa y de llevar los estados financieros); el salario, las prestaciones sociales y seguridad social integral a que tienen derecho se describieron en la parte de nómina fase operacional y recurso humano numerales 2.3 y 3.5 respectivamente.

- **Aportes del trabajador.** Los aportes del trabajador (prestaciones sociales y seguridad social integral) ya se explicaron pormenorizadamente en el aparte 3.5 y 2.3 referente al recurso humano y la nómina fase operacional.
- **Materiales y suministros de personal administrativo.** Los materiales necesarios para el personal administrativo, representado en suministros de

oficina se pormenorizaron en la sección 3.4.1.2, equipo de cómputo y oficina.

- **Otros costos.** Servicios públicos: agua, energía, teléfono, internet, son \$300.000/mes, es decir \$3.600.000/ año. Para el área administrativa corresponde al 25%, el cual equivale a \$900.000/año del total de consumo; el restante 75% (\$2.700.000/año) del consumo se genera en las demás áreas.

Gastos totales de administración. Los gastos de administración representados en servicios públicos, durante el año son de **\$900.000**.

3. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

- La organización se direccionará bajo políticas de Administración por Objetivos desde la Misión, Visión y Principios, mediante el trabajo en equipo, Clima Organizacional y Mejora continua que permita la máxima satisfacción del cliente.
- En la fase de inversión del proyecto, La Academia de música Jubal, se constituirá y funcionará con el lleno de los requisitos legales (Cámara de Comercio, DIAN, Industria y Comercio, etc.), como persona natural, régimen simplificado.
- Estructura Organizacional en la fase operacional: Gerente General, Director Musical, Área de Mercadeo y Área de Personal.
- Los tipos de vinculación del Talento Humano:
 - ✓ Contratación a termino fijo (director musical, administradora, secretaria).
 - ✓ Contratación por Prestación de Servicios (contador y aseadora).

V. ESTUDIO FINANCIERO

1. INVERSIONES EN EL PROYECTO

Las inversiones en el proyecto están compuestas por: inversiones fijas, gastos preoperativos, incremento del capital de trabajo. A continuación se calculará el costo total de las variables en las inversiones del proyecto.

1.1. INVERSIONES FIJAS

Las inversiones fijas de la Academia la conforman: los equipos básicos de apoyo al proceso y los otros equipos que se expusieron en forma detallada en el ítem 3.4 selección de propiedades y equipo, del estudio técnico.

Tabla 59. Costo de inversiones fijas

DESCRIPCION	COSTO
EQUIPO BASICO	
Instrumentos musicales	\$56.930.869
Equipo de computo y oficina	\$8.151.700
Material de clase	\$1.565.200
Material de mantenimiento instrumentos musicales	\$1.162.000
EQUIPO DE APOYO	
Equipo de aseo	\$76.500
Equipo de primeros auxilios	\$258.000
Equipo de seguridad	\$777.000
COSTOS Y GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$900.000
TOTAL COSTO INVERSIONES FIJAS	\$69.821.269

Fuente: propia de la investigación.

1.2 GASTOS PREOPERATIVOS

Los gastos preoperativos del proyecto están compuestos por los gastos para la fase de preinversión y de inversión, los cuales se describieron en detalle en el Estudio Técnico: Gastos Preoperativos, en la tabla 49 estimándose un costo total de **\$222. 920.280.**

1.3 CAPITAL DE TRABAJO

Para calcular el capital de trabajo (Tabla 61), inicialmente se estima el saldo de efectivo requerido en caja (Tabla 60). Para llevar a cabo este proceso se requiere cubrir las siguientes necesidades mínimas:

1.3.1 Necesidades mínimas de activo corriente. El efectivo en caja necesario para cubrir materiales e insumos, mano de obra y gastos generales de administración y de ventas, los cuales tendrá una cobertura mínima de 10 días.

1.3.2 Las cuentas por cobrar. Estas cuentas tendrán un coeficiente de renovación de 12, es decir que la empresa concederá al cliente crédito por 30 días cuantificados a costos de operación.

1.3.3 Necesidades mínimas de pasivo corriente. Cuentas por pagar: Se considera que el valor de las cuentas por pagar por concepto de proveedores equivale a un periodo de 30 días, es decir que se tendrá un coeficiente de renovación de 12 veces año.

Tabla 60. Saldo de efectivo requerido en caja
(Pesos del año 1)

	Días de cobertura	Coeficiente de renovación	Operacional (años)									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materiales e insumos	10	36	32.277	40.346	53.795	53.795	53.795	53.795	53.795	53.795	53.795	53.795
Mano de obra directa	10	36	1.887.629	1.887.629	1.887.629	1.887.629	1.887.629	1.887.629	1.887.629	1.887.629	1.887.629	1.887.629
Gastos generales de Administración	10	36	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
	10	36	150.563	135.507	121.956	109.761	98.785	88.906	80.016	72.014	64.813	58.331
SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA			2.095.470	2.088.483	2.088.381	2.076.185	2.065.209	2.055.330	2.046.440	2.038.438	2.031.237	2.024.756

Fuente: Propia de la Investigación

- Coeficiente de renovación, $R = 360/\text{días de cobertura mínima (10)}$.
- Los valores anotados para cada año, son iguales al correspondiente valor que aparece en el cuadro de los costos de operación y financiación dividido entre el coeficiente de renovación. Así, por ejemplo, para el primer año: la mano de obra en el año 1 = $67.954.656/36 = 1.887.629$.

Tabla 61. Capital de trabajo (Pesos del año 1)

Año	Cobertura	Coefficiente de renovación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVO CORRIENTE												
1. Saldo de efectivo requerido en caja			2.095.470	2.088.483	2.088.381	2.076.185	2.065.209	2.055.330	2.046.440	2.038.438	2.031.237	2.024.756
2. Cuentas por cobrar	30	12	7.772.832	7.751.871	7.751.565	7.714.978	7.663.525	7.652.415	7.625.743	7.601.738	7.580.134	7.542.165
TOTAL ACTIVO CORRIENTE			9.868.302	9.840.353	9.839.946	9.791.163	9.728.734	9.707.745	9.672.183	9.640.176	9.611.371	9.566.921
Incremento del activo corriente			9.868.302	(27.948)	(408)	(48.783)	(62.429)	(20.989)	(35.562)	(32.006)	(28.806)	(44.450)
PASIVO CORRIENTE												
1. Cuentas por pagar												
Materiales e insumos	30	12	96.831	121.039	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385
TOTAL PASIVO CORRIENTE			96.831	121.039	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385
Incremento del pasivo corriente			96.831	24.208	40.346	-	-	-	-	-	-	-
CAPITAL DE TRABAJO			9.771.471	9.719.315	9.678.561	9.629.778	9.567.349	9.546.360	9.510.798	9.478.791	9.449.986	9.405.536
Incremento del Capital de Trabajo			9.771.471	(52.156)	(40.754)	(48.783)	(62.429)	(20.989)	(35.562)	(32.006)	(28.806)	(44.450)

Fuente: Propia de la Investigación

- El saldo de efectivo requerido en caja es el último valor que aparece en el cuadro respectivo.
- Los valores anotados para cada uno de los años son iguales al correspondiente valor que aparece en el cuadro de los costos de operación y financiación dividido entre el coeficiente de renovación. Así, por ejemplo, para el primer año: cuentas por cobrar en el año 1= $93.273.985/12=7.772.832$.

Tabla 62. Inversiones en el proyecto (Pesos del año 1)

Fase	Inversión	Operacional										
		Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Inversiones fijas												
(Iniciales y reposiciones)												
Edificios: terreno y construcción	216.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Materiales de clase e instrumental musical (proceso)	58.496.069	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Muebles y enseres (Oficina)	8.151.700	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipos de Apoyo	1.111.500	-	-	-	-	-	-	1.111.500	-	-	-	-
Total Inversiones Fijas	283.759.269	-	-	-	-	-	-	1.111.500	-	-	-	-
2. Gastos preoperativos	1.500.000											
3. Incremento del capital de trabajo		7.455.087	(52.156)	(40.754)	(48.783)	(62.429)	(20.989)	(35.562)	(32.006)	(28.806)	(44.450)	
TOTAL INVERSIONES	285.259.269	7.455.087	(52.156)	(40.754)	(48.783)	(62.429)	1.090.511	(35.562)	(32.006)	(28.806)	(44.450)	

Fuente: Propia de la Investigación

- Las inversiones fijas del año 4 se describieron en el punto 1.1 del presente Estudio Financiero.
- Los gastos preoperativos se describieron en el ítem 1.2 del presente estudio.
- El valor del incremento del capital de trabajo se obtuvo de la Tabla 62.

2. FINANCIACION DEL PROYECTO

2.1 Programación aportes de capital. La Academia de Música Jubal para su funcionamiento requiere de recursos monetarios para la financiación de las inversiones fijas y de los gastos preoperativos. Las inversiones iniciales se cubrirán con aportes de capital y prestamos financieros de entidades bancarias. Por último, las inversiones posteriores (fase operacional) en que se deba incurrir, se cubrirán con los recursos arrojados por el proyecto.

2.2 CRÉDITO BANCARIO

Para iniciar con la operación de la empresa se requiere solicitar un préstamo en una entidad financiera (Fondo Nacional del Ahorro), de **\$ 60.000.000**, crédito para construcción. La tasa de interés efectiva anual es de 10.78%, el préstamo se cancelará por medio de 10 cuotas constantes anuales, tal y como se ve en la tabla 63.

Tabla 63. Costos de financiación y pago del préstamo (pesos del año 1)

Año	Cuota Anual	Intereses	Abono a Capital	Saldo
0	10.094.285			60.000.000
1	10.094.285	6.468.000	3.626.285	56.373.715
2	10.094.285	6.077.086	4.017.199	52.356.516
3	10.094.285	5.644.032	4.450.253	47.906.263
4	10.094.285	5.164.295	4.929.990	42.976.273
5	10.094.285	4.632.842	5.461.443	37.514.830
6	10.094.285	4.044.099	6.050.187	31.464.643
7	10.094.285	3.391.889	6.702.397	24.762.247
8	10.094.285	2.669.370	7.424.915	17.337.331
9	10.094.285	1.868.964	8.225.321	9.112.011
10	10.094.285	982.275	9.112.011	0

Fuente: Propia de la Investigación

2.3 APORTES SOCIALES

Para la fase de inversión la Academia requiere un activo total de \$ 288.259.269, de los cuales \$60.000.000 se cubrirán con el préstamo bancario y \$ 225.259.269 serán aportados por los gestores del proyecto. Las inversiones a realizarse en años posteriores serán cubiertas con los recursos que genere la empresa.

3. COSTOS DE OPERACIÓN Y DE FINANCIACION

3.1 COSTO DE VENTAS

3.1.1 Materiales e insumos. La descripción del costo de los materiales e insumos requeridos para la prestación de los servicios en la Academia se especificó en el estudio técnico (Ingeniería del Proyecto).

En la tabla 64 se indica el costo total de los materiales e insumos necesarios para los años de duración del proyecto.

Tabla 64. Costo de los materiales e insumos
(Pesos del año 1)

Fase	Inversión	Operacional										
		Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
NIÑOS: 5 a 6 años (GRUPO A)												
Nivel de prestación del servicio			60%	75%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Cantidad de niños			48	60	80	80	80	80	80	80	80	80
Costo Unitario (pesos)			9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222
Costo Total Materiales e insumos (pesos)			442.656	553.320	737.760	737.760	737.760	737.760	737.760	737.760	737.760	737.760
NIÑOS y JOVENES: 7 a 20 años (GRUPOS B,C,D y E)												
Nivel de prestación del servicio			60%	75%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Cantidad de niños y jóvenes			78	98	130	130	130	130	130	130	130	130
Costo Unitario (pesos)			9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222
Costo Total Materiales Insumos(pesos)			719.316	899.145	1.198.860	1.198.860	1.198.860	1.198.860	1.198.860	1.198.860	1.198.860	1.198.860
TOTAL COSTO MATERIALES (pesos)			1.161.972	1.452.465	1.936.620	1.936.620	1.936.620	1.936.620	1.936.620	1.936.620	1.936.620	1.936.620

Fuente: propia de la investigación.

- El costo unitario de los materiales e insumos para cada uno de los años de vida del proyecto se calculó con base en el costo total de los⁵⁰, dividido por la cantidad de niños para el primer año (60%). Así, para cada año el costo de los materiales es de \$1.162.000/ 126 hrs = \$9.222.
- El costo total de materiales e insumos es igual a la cantidad de niños, multiplicado por el costo unitario de los materiales e insumos.

⁵⁰ Capitulo 3: Estudio Técnico ítems 3.4 Materiales e Insumos.

3.1.2 Mano de obra (personal). El costo del personal necesario para la prestación de los servicios de la Academia se describen en el estudio técnico. En la tabla 65 se presenta el costo total de la mano de obra para los diez años de vida del proyecto.

Tabla 65. Costo de personal

Fase	Inversión	operacional									
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gerente		14.934.288	14.934.288	14.934.288	14.934.288	14.934.288	14.934.288	14.934.288	14.934.288	14.934.288	14.934.288
Director musical		17.907.360	17.907.360	17.907.360	17.907.360	17.907.360	17.907.360	17.907.360	17.907.360	17.907.360	17.907.360
Profesor catedrático		15.491.736	15.491.736	15.491.736	15.491.736	15.491.736	15.491.736	15.491.736	15.491.736	15.491.736	15.491.736
Contador público		5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000
Aseadora		4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000
Secretaria		10.021.272	10.021.272	10.021.272	10.021.272	10.021.272	10.021.272	10.021.272	10.021.272	10.021.272	10.021.272
TOTAL COSTO PERSONAL (pesos)		67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656

Fuente: propia de la investigación.

3.1.3 Depreciación de inversiones fijas. “La depreciación, se define como el desgaste, deterioro, el envejecimiento y la falta de adecuación u obsolescencia que sufren los bienes tangibles a medida que pasa el tiempo⁵¹. Por lo tanto los bienes tangibles para el proyecto son los representados por las inversiones fijas.

⁵¹ Depreciación de inversiones fijas. En: PROYECTOS formulación, evaluación y control.

Para el cálculo de la depreciación de las inversiones fijas se utilizó el método de línea recta; el periodo de depreciación es la siguiente:

- Edificio (terreno y construcción): 20 años.
- Material e instrumental musical: 10 años.
- Muebles y enseres: 10 años.
- Equipos de Apoyo: 5 años

La tabla 66 muestra la depreciación realizada a las inversiones fijas del proyecto.

Tabla 66. Depreciación de inversiones fijas (Pesos del año 1)

Fase	Inversión	Operacional										Valor en libros	
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
ACTIVO FIJO													
Edificios: terreno y construcción		10.800.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000	108.000.000
Materiales de clase e instrumental musical (proceso)		5.849.607	5.849.607	5.849.607	5.849.607	5.849.607	5.849.607	5.849.607	5.849.607	5.849.607	5.849.607	5.849.607	-
Muebles y enseres (Oficina)		815.170	815.170	815.170	815.170	815.170	815.170	815.170	815.170	815.170	815.170	815.170	-
Equipos de Apoyo		222.300	222.300	222.300	222.300	-	222.300	222.300	222.300	222.300	222.300	-	-
TOTAL		17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.464.777	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.464.777	108.000.000

Fuente: propia de la investigación

- La depreciación de cada rubro se realizó tomando el valor de la inversión dividido entre su periodo de depreciación.
- El valor en libros corresponde a cada una de las inversiones fijas que no se depreciaron durante los años de vida del proyecto.

3.2 GASTOS OPERATIVOS

3.2.1 Gastos administrativos. Para la Academia de música, son los relacionados al costo del personal administrativo, suministro de oficina, porcentaje de los servicios públicos, los cuales están especificados en el estudio administrativo.

3.2.2 Gastos generales de ventas. Se relacionan con los gastos que se destinan para la promoción de la empresa, esta información se muestra en el estudio de mercado, tabla 11.

3.3 AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS

El valor de los gastos preoperativos están por un valor de **\$1.500.000**. Tabla: 67.

Tabla 67. Amortización de diferidos (pesos del año 1)

Fase	Inversión	Operacional									
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Amortización de diferidos*		150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000

Fuente: Propia de la Investigación.

- En el presente gasto preoperativo sólo se incluyó el costo de la fase de inversión (\$1.000.000) más el valor de la constitución legal de la empresa (\$500.000).
- El valor de la construcción de la cede también hace parte de los gastos de la fase de inversión, sin embargo este rubro ya se incluyó dentro de las inversiones fijas.

3.4 COSTOS DE FINANCIACIÓN

Los costos de financiación son los intereses pagados por la empresa a entidades financieras por el crédito otorgado. En la tabla 68 se describen los costos de operación y de financiación.

Tabla 68. Costos de operación y de financiación

Fase	Inversión	Operacional									
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costo Materiales e insumos		1.161.972	1.452.465	1.936.620	1.936.620	1.936.620	1.936.620	1.936.620	1.936.620	1.936.620	1.936.620
Costo Mano de Obra		67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656
Depreciación		17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.464.777	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.464.777
1. COSTO DE VENTA		86.803.705	87.094.198	87.578.353	87.578.353	87.356.053	87.578.353	87.578.353	87.578.353	87.578.353	87.356.053
Gastos administrativos (\$ / año)		900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
Gastos de ventas (\$ / año)		5.420.280	4.878.252	4.390.427	3.951.384	3.556.246	3.200.621	2.880.559	2.592.503	2.333.253	2.099.928
Amortización de diferidos		150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
2. GASTOS OPERATIVOS		6.470.280	5.928.252	5.440.427	5.001.384	4.606.246	4.250.621	3.930.559	3.642.503	3.383.253	3.149.928
Costos de Operación (1+2)		93.273.985	93.022.450	93.018.780	92.579.737	91.962.299	91.828.974	91.508.912	91.220.856	90.961.606	90.505.980
Costo de financiación (intereses)		6.468.000	6.077.086	5.644.032	5.164.295	4.632.842	4.044.099	3.391.889	2.669.370	1.868.964	982.275
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN Y DE FINANCIACIÓN		99.741.985	99.099.536	98.662.812	97.744.032	96.595.141	95.873.073	94.900.800	93.890.226	92.830.570	91.488.255

Fuente: propia de la investigación.

3.5 PROYECCIONES FINANCIERAS

Las proyecciones financieras permiten conocer la rentabilidad y la solidez de la empresa.

Los estados financieros a considerarse son:

- Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Resultados
- Cuadro de Fuentes y usos de fondos de efectivo
- Balance Proyectado
- Indicadores para el análisis financiero
- Punto de Equilibrio.

3.5.1 Ingresos por concepto de ventas. Los ingresos de la Academia tienen como base el cobro por hora de los servicios de enseñanza musical. Para la estimación de estos se considero:

- La proyección de la demanda y el precio de hora de los servicios, los cuales se determinan en el estudio de mercado.
- La capacidad utilizada, estimada en el estudio técnico.

La Tabla 69 muestra los ingresos por concepto de la prestación de los servicios para los diez años de duración del proyecto.

Tabla 69. Ingreso por concepto de ventas
(pesos del año 1)

Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
NIÑOS: 5 a 6 años (GRUPO A)											
Nivel de prestación del servicio		60%	75%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Cantidad de niños		48	60	80	80	80	80	80	80	80	80
Precio de venta (\$/niño)		624.000	624.000	624.000	624.000	624.000	624.000	624.000	624.000	624.000	624.000
Ingresos por cursos Grupos A (\$/año)		29.952.000	37.440.000	49.920.000	49.920.000	49.920.000	49.920.000	49.920.000	49.920.000	49.920.000	49.920.000
NIÑOS y JOVENES: 7 a 20 años (GRUPOS B,C,D y E)											
Nivel de prestación del servicio		60%	75%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Cantidad de niños y jóvenes		78	98	130	130	130	130	130	130	130	130
Precio de venta (\$/joven)		1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000
Ingresos por cursos Grupos B al E (\$/año)		121.680.000	152.100.000	202.800.000	202.800.000	202.800.000	202.800.000	202.800.000	202.800.000	202.800.000	202.800.000
TOTAL INGRESOS (pesos)		151.632.000	189.540.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000

Fuente: Propia de la Investigación

3.5.2 Estado de resultados. Para su elaboración se requieren los datos de los ingresos por conceptos de ventas, los datos de los costos, de operación y de financiación.

La empresa se constituirá como persona natural y su negocio es la educación, por tanto, estará exenta de pagar impuestos debido a su razón social, de acuerdo con el sistema tributario del país.

Por concepto de matrícula mercantil del establecimiento en la Cámara de Comercio la academia tendrá que asumir un costo de **\$90.000/año**.

Además la empresa tendrá como política repartir dividendos en un 50% de la utilidad neta, ocasionando unas reservas del 50%.

La tabla 70 muestra el estado de resultados para la empresa.

Tabla 70. Estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados (Pesos del año 1)

Fase	Año	Inversión	Operacional									
			0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Ingresos por concepto de ventas			151.632.000	189.540.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000
Menos costos de operación y de financiación			99.741.985	99.099.536	98.662.812	97.744.032	96.595.141	95.873.073	94.900.800	93.890.226	92.830.570	91.488.255
Utilidad antes de impuestos			51.890.015	90.440.464	154.057.188	154.975.968	156.124.859	156.846.927	157.819.200	158.829.774	159.889.430	161.231.745
Menos impuestos	20%	90.000	10.468.003	18.178.093	30.901.438	31.085.194	31.314.972	31.459.385	31.653.840	31.855.955	32.067.886	32.336.349
Utilidad neta			41.422.012	72.262.371	123.155.750	123.890.774	124.809.887	125.387.542	126.165.360	126.973.819	127.821.544	128.895.396
Menos dividendos (50%)	50%		20.711.006	36.131.185	61.577.875	61.945.387	62.404.944	62.693.771	63.082.680	63.486.910	63.910.772	64.447.698
Utilidades no repartidas			20.711.006	36.131.185	61.577.875	61.945.387	62.404.944	62.693.771	63.082.680	63.486.910	63.910.772	64.447.698
Utilidades no repartidas acumuladas (reservas)			20.711.006	56.842.192	118.420.067	180.365.454	242.770.397	305.464.168	368.546.848	432.033.758	495.944.530	560.392.228

Fuente: Propia de la Investigación

3.5.3 Cuadro de fuentes y usos de fondo de efectivo o flujo de caja del proyecto. “En la fase operacional debe buscar que las entradas de efectivo, en casi toda su totalidad provenientes de las ventas, sean adecuadas para cubrir los costos de operación, el pago de préstamos, el servicio de la deuda, los impuestos y los dividendos”⁵².

La tabla 71, presenta el flujo de caja para el proyecto:

⁵² Flujo de caja. En: PROYECTOS formulación, evaluación y control.

Tabla 71. Flujo de caja (Pesos del año 1)

Fase	Inversión	Operacional										Valor
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	remanente
Saldo Inicial												
Entrada de Efectivo												
1. Recursos financieros	285.259.269	96.831	24.208	40.346	0	0	0	0	0	0	0	
2. Ingresos por concepto de ventas		151.632.000	189.540.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	
3. Valor remanente en el último año												117.405.536
Total Entradas de Efectivo	285.259.269	151.728.831	189.564.208	252.760.346	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	117.405.536
Salida de Efectivo												
1. Incremento de los activos totales	285.259.269	9.868.302	-27.948	-408	-48.783	-62.429	1.090.511	-35.562	-32.006	-28.806	-44.450	
2. Costos de operación, netos de depreciación y amortización de diferidos		75.436.908	75.185.373	75.181.703	74.742.660	74.347.522	73.991.897	73.671.835	73.383.779	73.124.529	72.891.204	
3. Costos de financiación (intereses)		6.468.000	6.077.086	5.644.032	5.164.295	4.632.842	4.044.099	3.391.889	2.669.370	1.868.964	982.275	
4. Pago de prestamos		3.626.285	4.017.199	4.450.253	4.929.990	5.461.443	6.050.187	6.702.397	7.424.915	8.225.321	9.112.011	
5. Impuestos		10.468.003	18.178.093	30.901.438	31.085.194	31.314.972	31.459.385	31.653.840	31.855.955	32.067.886	32.336.349	
6, Dividendos		20.711.006	36.131.185	61.577.875	61.945.387	62.404.944	62.693.771	63.082.680	63.486.910	63.910.772	64.447.698	
Total Salidas de Efectivo	285.259.269	126.578.504	139.560.988	177.754.893	177.818.744	178.099.293	179.329.850	178.467.078	178.788.922	179.168.666	179.725.086	
Saldo Final	0	25.150.327	50.003.220	75.005.453	74.901.256	74.620.707	73.390.150	74.252.922	73.931.078	73.551.334	72.994.914	117.405.536
Saldo Acumulado de Efectivo	0	25.150.327	75.153.547	150.159.000	225.060.256	299.680.963	373.071.113	447.324.036	521.255.113	594.806.447	667.801.361	417.086.499

Fuente: Propia de la Investigación

- El valor remanente del flujo de caja es igual al valor remanente de la depreciación de inversiones fijas, más el capital de trabajo del último año.

3.5.4 Balance general proyectado. “Con el balance general se busca pronosticar las partidas básicas del balance en cada uno de los años del proyecto⁵³. El balance proyectado de la futura empresa se muestra en la Tabla 72:

Tabla 72. Balance proyectado (pesos del año 1)

Fase	Inversión	Operacional									
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS											
Activos corrientes											
Efectivo	27.245.797	77.242.029	152.247.380	227.136.441	301.746.172	375.126.444	449.370.475	523.293.551	596.837.684	669.826.117	
Cuentas por cobrar	7.772.832	7.751.871	7.751.565	7.714.978	7.663.525	7.652.415	7.625.743	7.601.738	7.580.134	7.542.165	
Total activos corrientes	35.018.629	84.993.900	159.998.945	234.851.419	309.409.697	382.778.858	456.996.218	530.895.289	604.417.817	677.368.282	
Activos fijos depreciables											
Edificios: terreno y construcción	216.000.000	205.200.000	194.400.000	183.600.000	172.800.000	162.000.000	151.200.000	140.400.000	129.600.000	118.800.000	108.000.000
Materiales de clase e instrumental musical (proceso)	58.496.069	52.646.462	46.796.855	40.947.248	35.097.641	29.248.035	23.398.428	17.548.821	11.699.214	5.849.607	0
Muebles y enseres (Oficina)	8.151.700	7.336.530	6.521.360	5.706.190	4.891.020	4.075.850	3.260.680	2.445.510	1.630.340	815.170	-
Equipos de Apoyo	1.111.500	889.200	666.900	444.600	222.300	222.300	1.111.500	889.200	666.900	444.600	444.600
Total activos fijos	283.759.269	266.072.192	248.385.115	230.698.038	213.010.961	195.546.185	178.970.608	161.283.531	143.596.454	125.909.377	108.444.600
Activos diferidos											
Gastos preoperativos	1.500.000	1.350.000	1.200.000	1.050.000	900.000	750.000	600.000	450.000	300.000	150.000	-
Total activos diferidos	1.500.000	1.350.000	1.200.000	1.050.000	900.000	750.000	600.000	450.000	300.000	150.000	-
TOTAL ACTIVOS	285.259.269	302.440.821	334.579.015	391.746.984	448.762.381	505.705.881	562.349.466	618.729.749	674.791.743	730.477.194	785.812.882
PASIVO Y PATRIMONIO											
Pasivo											

⁵³ Balance general. En: PROYECTOS formulación, evaluación y control.

Pasivos corrientes		96.831	121.039	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385	161.385
Préstamo	60.000.000	56.373.715	52.356.516	47.906.263	42.976.273	37.514.830	31.464.643	24.762.247	17.337.331	9.112.011	(0)
<i>Total pasivo</i>	60.000.000	56.470.546	52.477.555	48.067.648	43.137.658	37.676.215	31.626.028	24.923.632	17.498.716	9.273.396	161.385
Patrimonio											
Capital social	225.259.269	225.259.269	225.259.269	225.259.269	225.259.269	225.259.269	225.259.269	225.259.269	225.259.269	225.259.269	225.259.269
Reservas		20.711.006	56.842.192	118.420.067	180.365.454	242.770.397	305.464.168	368.546.848	432.033.758	495.944.530	560.392.228
<i>Total patrimonio</i>	225.259.269	245.970.275	282.101.461	343.679.336	405.624.723	468.029.666	530.723.437	593.806.117	657.293.027	721.203.799	785.651.497
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	285.259.269	302.440.821	334.579.015	391.746.984	448.762.381	505.705.881	562.349.466	618.729.749	674.791.743	730.477.194	785.812.882

Fuente: propia de la investigación

- El valor de la partida 1, efectivo, es igual al saldo de efectivo requerido en caja, cuadro 61, más el saldo acumulado de efectivo, cuadro 72.
- El valor de los activos fijos depreciables, son iguales al valor inicial de la inversión menos la correspondiente depreciación.
- El valor de los gastos preoperativos también es igual al valor inicial de los gastos preoperativos menos la correspondiente amortización.

3.5.5 Indicadores y análisis financiero. Para este análisis se deben considerar varias razones financieras, las cuales se obtienen a partir de datos del balance proyectado y del estado de resultados.

Las razones financieras a tener en cuenta para este estudio son:

- Indicadores de Liquidez
- Indicadores de aprovechamiento de recursos
- Indicadores de endeudamiento
- Indicadores de rentabilidad

En la Tabla 73 se presentan los resultados para cada uno de los anteriores indicadores.

Tabla 73. Razones financieras

	Unidad	Fase Operacional									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a. Indicadores de Liquidez											
1. Razón corriente o circulante	Nº de veces	362	702	991	1.455	1.917	2.372	2.832	3.290	3.745	4.197
2. Capital de trabajo neto	\$	34.921.798	84.872.861	159.837.560	234.690.034	309.248.312	382.617.473	456.834.833	530.733.904	604.256.432	677.206.897
b. Indicadores de Aprovechamiento de Recursos											
1. Rotación de activo corriente o circulante	Nº de veces	0,23	0,45	0,63	0,93	1,22	1,51	1,81	2,10	2,39	2,68
2. Rotación del activo fijo	Nº de veces	0,6	0,8	1,1	1,2	1,3	1,4	1,6	1,8	2,0	2,33
3. Rotación del activo total	Nº de veces	0,50	0,57	0,65	0,56	0,50	0,45	0,41	0,37	0,35	0,32
c. Indicadores de Estructura o Endeudamiento											
1. Índice de endeudamiento total	%	18,7	15,7	12,3	9,6	8,4	5,6	4,0	2,6	1,3	0,0
2. Índice de endeudamiento a corto plazo	%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3. Índice de endeudamiento a largo plazo	%	19,8	16,8	13,4	10,7	8,5	6,7	5,1	3,7	2,4	1,2
4. Índice de cobertura de intereses	Nº de veces	8,0	14,9	27,3	30,0	33,7	38,8	46,5	59,5	85,5	164,1
5. Índice de participación patrimonial	%	81,3	84,3	87,7	90,4	92,5	94,4	96,0	97,4	98,7	100,0
6. Razón deuda a largo plazo a capital contable o patrimonio	%	24,4	20,0	15,2	11,8	9,2	7,1	5,3	3,8	2,4	1,2
d. Indicadores de Costos											
1. Índice de costo de ventas	%	57,2	46,0	34,7	34,7	34,6	34,7	34,7	34,7	34,7	34,6

2. Índice de gastos operativos	%	4,3	3,1	2,2	2,0	1,8	1,7	1,6	1,4	1,3	1,2
3. Índice de costos financieros	%	4,3	3,2	2,2	2,0	1,8	1,6	1,3	1,1	0,7	0,4
e. Indicadores de Rentabilidad											
1. Índice de rendimiento operativo en ventas	%	34,2	47,7	61,0	61,3	61,8	62,1	62,4	62,8	63,3	63,8
2. Índice de rendimiento neto en ventas	%	27,3	38,1	48,7	49,0	49,4	49,6	49,9	50,2	50,6	51,0
3. Índice de rendimiento patrimonial	%	16,8	25,6	35,8	30,5	26,7	23,6	21,2	19,3	17,7	16,4
4. Índice de rendimiento de la inversión	%	13,7	23,9	31,4	27,6	24,7	22,3	20,4	18,8	17,5	16,4

Fuente: propia de la investigación

- **Indicador de liquidez.** “La razón de liquidez demuestra la capacidad de la empresa para hacer frente a sus compromisos a corto plazo”⁵⁴.

✓ **Razón corriente o circulante** = Activo corriente / Pasivo corriente.

“Indica la capacidad de la empresa para atender para responder a sus obligaciones a corto plazo con todos sus activos circulante”⁵⁵.

Con base en los resultados de la tabla 73, se puede deducir que la empresa tiene una buena liquidez en todos los años de operación. Así por ejemplo, para el tercer año, por cada peso invertido en pasivo corriente la empresa tiene \$991 en activos corrientes para respaldar esa deuda. Significa que los pasivos (materiales e insumos) de la empresa son muy bajos con respecto al activo corriente

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(\$)	362	702	991	1.455	1.917	2.372	2.832	3.290	3.745	4.197

⁵⁴ Análisis e interpretación de estados financieros, capítulo II.

⁵⁵ ibíd. Pág. 153

✓ **Capital de Trabajo Neto** = Activo corriente - Pasivo corriente

El capital de trabajo muestra los recursos con los que contaría la empresa para el desarrollo de sus funciones, después de pagar los pasivos corrientes. “También se define como la cantidad de activos circulantes financiados por fondos a largo plazo (pasivo a largo plazo más capital)”⁵⁶.

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(\$)	34.921.798	84.872.861	159.837.560	234.690.034	309.248.312	382.617.473	456.834.833	530.733.904	604.256.432	677.206.897

Según los resultados obtenidos del capital de trabajo, se confirma que la empresa cuenta con buena liquidez. Después de cancelar sus deudas a corto plazo, la empresa cuenta con recursos para sus operaciones de funcionamiento; para el tercer año es de **\$159.837.560**. Esta alta tendencia se conserva también para el resto de los años del proyecto.

- **Indicador aprovechamiento de recursos.** Miden la efectividad con que una empresa está administrando los recursos.

✓ **Rotación del activo corriente o circulante** = Ingresos por ventas/ Activo Corriente.

Este indicador mide el número de veces que el activo corriente se convierte en dinero.

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(\$)	0,23	0,45	0,63	0,93	1,22	1,51	1,81	2,10	2,39	2,68

Para el tercer año de operación el activo corriente se convierte en dinero cada 0.63 veces, y para el último año de operación el activo se convertirá en dinero cada 2.68; por lo anterior se evidencia que la rotación del activo corriente tiende a aumentar como consecuencia de que el activo corriente aumenta en menor proporción que el ingreso por concepto de ventas.

⁵⁶ibíd. Pág. 153

- **Indicador de endeudamiento.** Los indicadores de endeudamiento muestran la contribución de los acreedores a la generación de fondos para la empresa y las implicaciones que conlleva la financiación externa. "En otras palabras, mide la capacidad de la empresa de endeudarse sanamente, o el grado en que ya lo está"⁵⁷.

✓ **Índice de Endeudamiento** = pasivo Total / Activo Total.

Esta razón indica la proporción de activos que se financian con pasivos.

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
%	18,7	15,7	12,3	9,6	8,4	5,6	4,0	2,6	1,3	0,0

Esto indica que para el tercer año la empresa ha financiado el 12.3% de sus activos con la adquisición de deuda; sin embargo, este porcentaje para los años siguientes es menor, es decir que de la participación de los acreedores sobre los activos totales de la empresa disminuye hasta ser nula en el último año (0%)

✓ **Índice Patrimonial** = Patrimonio / Activo Total.

Este indicador muestra el grado de participación del patrimonio en la financiación de los activos de la empresa.

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
%	81,3	84,3	87,7	90,4	92,5	94,4	96,0	97,4	98,7	100,0

Con base en los resultados, se puede concluir que la empresa utiliza el patrimonio más que los pasivos para el financiamiento de los activos; para el año 3, el 87.7% de los activos fueron financiados con patrimonio y el 12.3% se hizo con pasivos.

⁵⁷ ibíd. Pág. 153

- **Indicador de costo**

✓ **Índice de Gastos Operativos** = Gastos Operativos / Ingresos por ventas

Este indicador muestra que porcentaje de los ingresos se destinan a cubrir los gastos operativos.

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
%	4,3	3,1	2,2	2,0	1,8	1,7	1,6	1,4	1,3	1,2

De acuerdo a los resultados, se concluye que para cada año el porcentaje destinado a los gastos operativos disminuye, debido a que los ingresos aumentan año tras año, mientras que los gastos permanecen constantes.

- **Indicador de rentabilidad**

✓ **Índice de Rendimiento Operativo en Ventas** = Utilidad Operativa/ Ingresos por ventas.

“Este indicador muestra que porcentaje de los ingresos corresponde a la utilidad operativa. A demás de ello mide la eficiencia administrativa, puesto que la utilidad operativa resulta después de haber deducido los costos de los servicios, gastos administrativos, gastos generales y de ventas.”⁵⁸

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
%	34,2	47,7	61,0	61,3	61,8	62,1	62,4	62,8	63,3	63,8

Según el resultado obtenido, se puede concluir que año tras año la utilidad operativa obtiene mayor participación de las ventas, por lo tanto se demuestra la eficiencia de la empresa para la prestación de sus servicios y la capacidad de generar utilidades de ventas.

✓ **Índice de Rendimiento neto en Ventas o Margen Neto** = Utilidad Neta / Ingreso por ventas.

⁵⁸ ibíd. Pág. 153

A través de este índice se mide el porcentaje de los ingresos de ventas que corresponden a la utilidad neta.

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
%	27,3	38,1	48,7	49,0	49,4	49,6	49,9	50,2	50,6	51,0

Con base en los resultados, para el tercer año el 48.7% del ingreso por concepto de ventas corresponde a la utilidad neta. Para los siguientes años el porcentaje se incrementa como resultado al aumento de los ingresos y de las utilidades.

✓ **Índice de Rendimiento Patrimonial o para Accionistas** = Utilidad Neta / Patrimonio.

“Este indicador muestra a los propietarios la verdadera retribución al riesgo que han asumido, al brindarle a la empresa el respaldo requerido para sus operaciones.”⁵⁹

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
%	16,8	25,6	35,8	30,5	26,7	23,6	21,2	19,3	17,7	16,4

Los accionistas, con el resultado de rendimiento patrimonial pueden contar con altas utilidades en cada año de operación de la empresa, este índice alcanza su mayor porcentaje de 35.8% (año 3), porcentaje favorable para los inversionistas, considerando que se toma como referencia la utilidad que les queda una vez se cumple con las obligaciones que se tienen con el Estado

✓ **Índice de Rendimiento de la Inversión o Rentabilidad** = Utilidad Neta / Activo.

Este índice mide la eficiencia en el manejo de los recursos por parte de la empresa.

⁵⁹ ibíd. Pág. 153

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
%	5,4	14,9	26,1	22,9	20,2	29,4	15,1	13,7	12,4	11,3

Este índice refleja un adecuado aprovechamiento de los recursos invertidos en la empresa, reflejado desde el año 1 con un 5.4%, aumentando en gran proporción hasta el año 6 con un 29.4%. En este año la empresa genera el mayor rendimiento **29.4** por cada 100 invertidos; también indica que la empresa no podrá aceptar fondos adicionales cuyo costo financiero sea mayor del 15.1% puesto que la misma no estaría en capacidad de hacer rendir sus recursos financieros a una tasa superior.

Después de la realización del análisis financiero, se evidencia una buena situación financiera de liquidez, aprovechamiento de los recursos, endeudamiento, costos y rentabilidad.

3.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

“El punto de equilibrio es aquel en el cual los ingresos proveniente de las ventas son iguales a los costos de operación y de financiación. Este punto también se denomina umbral de rentabilidad”⁶⁰, es decir que no se generan utilidades ni pérdidas.

$$\text{Punto de equilibrio (No. personas)} = \frac{\text{Costo fijo anual}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (\$)} = \text{Punto de equilibrio (personas)} \times \text{Precio de Venta Unitario.}$$

⁶⁰ Punto de equilibrio. En: PROYECTOS formulación, evaluación y control.

3.7 COSTO FIJO

Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes durante cualquier proceso durante un periodo determinado. Para la actividad de la academia se cuentan con los siguientes costos fijos: mano de obra, gastos administrativos, gastos de ventas, amortización de diferidos y los costos de financiación, los cuales se mantendrán iguales en cada año.

Tabla 74. Costo fijo (\$/año)

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Depreciación	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077	17.687.077
Mano de obra (\$/año)	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656	67.954.656
Gastos administrativos (\$/año)	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
Gastos de ventas (\$/año)	5.420.280	4.878.252	4.390.427	3.951.384	3.556.246	3.200.621	2.880.559	2.592.503	2.333.253	2.099.928
Amortización de diferidos	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Costo de financiación (intereses)	6.468.000	6.077.086	5.644.032	5.164.295	4.632.842	4.044.099	3.391.889	2.669.370	1.868.964	982.275
COSTO FIJO (\$/AÑO)	98.580.013	97.647.071	96.726.192	95.807.412	94.658.521	93.936.453	92.964.180	91.953.606	90.893.950	89.551.635
Cantidad de niños: Costo Fijo (\$/año)	37.554.291	37.198.884	36.848.073	36.498.062	36.060.389	35.785.315	35.414.926	35.029.945	34.626.267	34.114.909
Cantidad de niños y jóvenes: Costo Fijo (\$/año)	61.025.722	60.448.187	59.878.119	59.309.350	58.598.132	58.151.137	57.549.255	56.923.661	56.267.683	55.436.727

Fuente: Propia de la Investigación

3.8 PRECIO DE VENTA Y COSTO VARIABLE

Los costos variables son aquellos que varían en forma proporcional con la producción o las ventas.

En el caso de la academia hacen parte de los costos variables los costos de materiales e insumos, dado a que están sujetos a la variación de la demanda del servicio.

Tabla 75. Punto de equilibrio: Precio de venta y costo variable

Servicio	Precio de venta al año (\$/persona)	Costo variable (\$/persona)
Niños	\$624.000	\$9.222
Niños- jóvenes	\$1.560.000	\$9.222

Fuente: Propia de la Investigación

Una vez determinados los costos fijos, el precio y el costo variable, se pasa a calcular el punto de equilibrio tal como se muestra en la tabla 76 y 77.

Tabla 76. Punto de equilibrio (cantidad de niños)

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nivel de prestación del servicio	60%	75%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
niños	48	60	80	80	80	80	80	80	80	80
precio unitario (\$/persona)	624.000	624.000	624.000	624.000	624.000	624.000	624.000	624.000	624.000	624.000
Costo unitario variable (\$/persona)	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222
Margen de Contribución (\$/persona)	614.778	614.778	614.778	614.778	614.778	614.778	614.778	614.778	614.778	614.778
Costos Fijos (\$/año)	37.554.291	37.198.884	36.848.073	36.498.062	36.060.389	36.060.389	35.414.926	35.029.945	34.626.267	34.114.909
PUNTO DE EQUILIBRIO (personas)	61	61	60	59	59	59	58	57	56	55
PUNTO DE EQUILIBRIO (pesos)	38.117.625	37.756.888	37.400.814	37.045.552	36.601.314	36.601.314	35.946.169	35.555.413	35.145.679	34.626.651
Capacidad Instalada	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

Fuente: Propia de la Investigación

Tabla 77. Punto de equilibrio (cantidad de niños y jóvenes)

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nivel de prestación del servicio	60%	75%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
niños y jóvenes	78	98	130	130	130	130	130	130	130	130
precio unitario (\$/persona)	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000
Costo unitario variable (\$/persona)	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222	9.222
Margen de Contribución (\$/persona)	1.550.778	1.550.778	1.550.778	1.550.778	1.550.778	1.550.778	1.550.778	1.550.778	1.550.778	1.550.778
Costos Fijos (\$/año)	61.025.722	60.448.187	59.878.119	59.309.350	58.598.132	58.151.137	57.549.255	56.923.661	56.267.683	55.436.727
PUNTO DE EQUILIBRIO (personas)	39	39	39	38	38	37	37	37	36	36
PUNTO DE EQUILIBRIO (pesos)	61.388.623	60.807.654	60.234.196	59.662.045	58.946.597	58.496.944	57.891.482	57.262.168	56.602.290	55.766.392
Capacidad Instalada	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130

Fuente: Propia de la Investigación

3.9 ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO.

3.9.1 Punto de equilibrio de los servicios de enseñanza teórico – instrumental para los años 1 y 3. Como se puede apreciar en la tabla 76, la empresa pasa el punto de equilibrio y actualmente como en todos los años se están generando utilidades totales (entre niños y jóvenes). Por ejemplo, para los años 1 y 3 éstas son de **\$51.890.015 y \$154.057.188**, respectivamente. En el caso de los niños el punto de equilibrio se alcanza, debido a que éste se encuentra por debajo de su capacidad instalada en todos los años proyectados y por tanto esto representa ganancias, sólo en los dos primeros años se presentan pérdidas. En tanto, el servicio a los jóvenes también genera en todos los años utilidades significativas respecto al total de utilidades. Así por ejemplo, para el año 3 la utilidad generada por los jóvenes representa el 92%, mientras que las utilidades por parte de los niños representan el 18% del total de las utilidades obtenidas por el servicio (ver tabla 78). Lo anterior significa que resulta más rentable el servicio a los jóvenes que a niños.

En la tabla se puede observar la utilidad generada en cada uno de los años de duración del proyecto.

Tabla 78. Resumen utilidades y punto de equilibrio niños y jóvenes

Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PE Niños	61	61	60	59	59	59	58	57	56	55
PE Jóvenes	39	39	39	38	38	37	37	37	36	36
Utilidad niños	(8.044.947)	(312.204)	12.334.167	12.684.178	13.121.851	13.121.851	13.767.314	14.152.295	14.555.973	15.067.331
Utilidad jóvenes	59.934.962	90.752.668	141.723.021	142.291.790	143.003.008	143.450.003	144.051.885	144.677.479	145.333.457	146.164.413
UTILIDAD TOTAL	51.890.015	90.440.464	154.057.188	154.975.968	156.124.859	156.571.854	157.819.200	158.829.774	159.889.430	161.231.745

Fuente: Propia de la Investigación

3.9.2 Punto de equilibrio: tarifa del servicio a niños, año 3. En la tabla 79 y gráfica 46 se exponen la variación en la tarifa del precio del servicio dirigido a niños para el año 3:

Tabla 79. Punto de equilibrio: tarifa del servicio a niños, año 3

%	Tarifa \$/año	Ingresos \$/año	Costo \$/año	Utilidad \$/año	P.E
100%	624.000	49.920.000	37.585.833	12.334.167	60
90%	561.600	44.928.000	37.512.057	7.415.943	67
74.92%	467.520	37.401.600	37.400.803	797	80
60%	374.400	29.952.000	37.290.729	- 7.338.729	101
40%	249.600	19.968.000	37.143.177	-17.175.177	153
0%	0	0	36.848.073	- 36.848.073	- 3996

Fuente: propia de la investigación

*- En este caso el punto de equilibrio no es exacto por cuanto las cifras decimales hacen que se presente un mínimo de margen, por tanto la utilidad es distinta de cero; para el proceso se aplicaron cifras de dos (2) decimales (**74.92%**), lo que nos genera un margen en la utilidad de **\$797**.

- **100%**: representa la tarifa actual del servicio a niños equivalente a **\$624.000/año**.

Gráfica 46. Punto de equilibrio: tarifa del servicio a niños, año 3



Fuente: propia de la investigación

De acuerdo a lo expuesto en la tabla 79 y gráfica 46, trabajando con la tarifa actual (\$52.000/mes), equivalente a \$624.000/año, el punto de equilibrio se alcanza con 60 niños lo cual nos generan utilidades de \$12.334.167/año, éstas representan el 8% de las utilidades totales (\$154.057.188/año).

De acuerdo a lo expuesto en la tabla 80 y gráfica 46, trabajando con la tarifa actual (\$52.000/mes), equivalente a \$624.000/año, el punto de equilibrio se alcanza con 60 niños lo cual nos generan utilidades de \$12.334.167/año, éstas representan el 8% de las utilidades totales (\$154.057.188/año).

3.9.3 Punto de equilibrio: tarifa del servicio a jóvenes, año 3. En la tabla 80 y gráfica 47 se exponen la variación en la tarifa del precio del servicio dirigido a jóvenes para el año 3:

Tabla 80. Punto de equilibrio: tarifa del servicio a jóvenes, año 3.

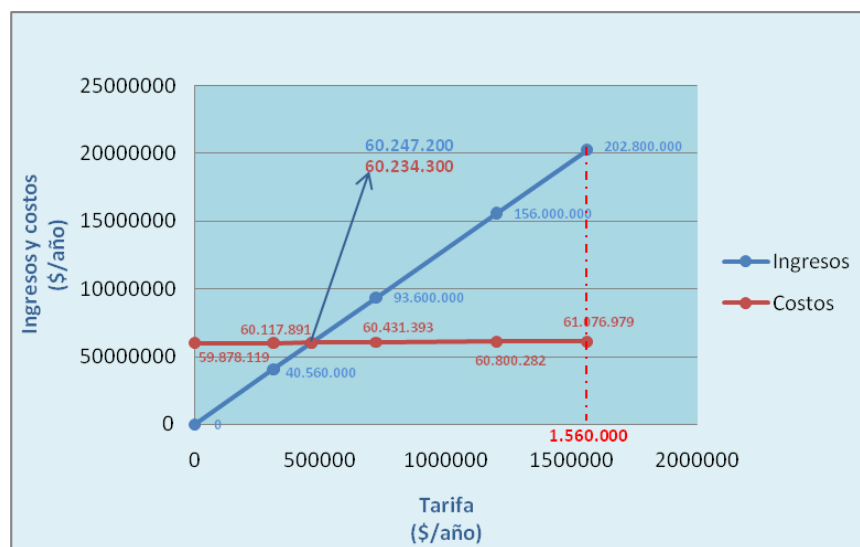
%	Tarifa \$/año	Ingresos \$/año	Costo \$/año	Utilidad \$/año	P.E
0%	0	0	59.878.119	-59878119	-6493
20%	312.000	40.560.000	60.117.891	- 19.557.891	198
29.71%	463.440	60.247.200	60.234.300	12.900	132
46.15%	720.000	93.600.000	60.431.393	33.168.607	84
76.92%	1.200.000	156.000.000	60.800.282	95.199.718	50
100%	1.560.000	202.800.000	61.076.979	141.723.021	39

Fuente: Propia de la Investigación

* - El punto de equilibrio del servicio a los jóvenes no es exacto. Las cifras decimales hacen que se presente un mínimo de margen, por tanto la utilidad es distinta de cero; para el proceso se aplicaron cifras de dos (2) decimales (29.71%), y genera un margen de utilidad de \$12.900.

- **100%**: representa la tarifa actual del servicio a los jóvenes, equivalente a **\$1.560.000/año**.

Gráfica 47. Punto de equilibrio: tarifa del servicio a jóvenes, año 3



Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a lo observado en la tabla 80 y gráfica 47, trabajando con el precio del servicio actual a los jóvenes (**\$1.560.000/año**), el punto de equilibrio se alcanza con 39 jóvenes, lo cual genera utilidades por **\$141.723.021/año**, que representan el **92%** de las utilidades totales de ambos grupos, por un valor de **\$154.057.188/año**. Lo anterior indica el margen de rentabilidad tan significativo por el servicio ofrecido a los jóvenes.

3.10 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO

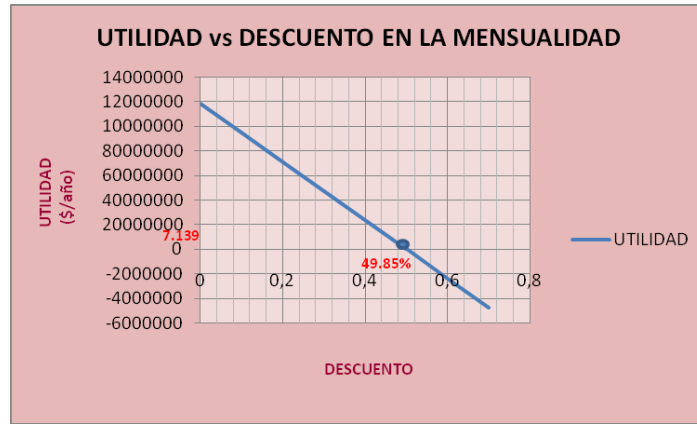
“El análisis de sensibilidad tiene por objeto determinar la variación que se produce en los resultados como consecuencia de posibles desviaciones de los valores asignados a las variables que intervienen en los cálculos de los distintos indicadores y que permiten medir la bondad financiera de un proyecto⁶¹.”

El análisis de sensibilidad para el punto de equilibrio de los servicios de la Academia de música se realizará para el año tres (3), considerado el más típico porque en este año la empresa trabaja al 100% de su capacidad instalada.

3.10.1 Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio, año 3. En la gráfica 48 y en la tabla 81 se muestra la variación en el precio de venta de los servicios de la Academia de música, manteniendo constante el número de niños y jóvenes inscritos:

⁶¹ ibíd. Pág. 222.

Gráfica 48. Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio: año 3



Fuente: propia de la investigación.

Tabla 81. Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio, año 3

Descuento	Precio niños	Precio jóvenes	Niños inscritos	Jóvenes inscritos	P.E niños	P.E jóvenes	Utilidad
0%	624.000	1.560.000	80	130	60	39	118.420.067
10%	561.600	1.404.000	80	130	67	43	94.664.387
20%	499.200	1.248.000	80	130	75	48	70.908.707
30%	436.800	1.092.000	80	130	86	55	47.153.027
40%	374.400	936.000	80	130	101	65	23.397.347
49.85%	312.960	782.400	80	130	121	77	7.139
50%	312.000	780.000	80	130	122	78	-358.333
60%	249.600	624.000	80	130	153	97	-24.114.013
70%	187.200	468.000	80	130	207	131	-47.869.693

Fuente: propia de la investigación.

* En este caso el descuento en la mensualidad no es exacto por cuanto las cifras decimales hacen que se presente un mínimo de margen, por tanto la utilidad es distinta de cero; para el proceso se aplicaron cifras de dos (2) decimales (49.85%), lo que nos genera un margen mínimo en la utilidad de \$7.139.

Como se puede observar en el gráfico 48 y la tabla 81, trabajando con la tarifa actual de los servicios en la academia (\$52.000/mes y \$130.000/mes, niños y jóvenes respectivamente) el punto de equilibrio se alcanza con 60 niños y 39 jóvenes, obteniéndose una utilidad de \$118.420.067; si se hace un descuento del 10% en los precios (\$46.800/mes y \$117.000/mes, niños y jóvenes respectivamente), el punto de equilibrio se aumenta a 67 niños y 43 jóvenes y las utilidades se reducen a \$94.664.387. Lo anterior nos indica que a mayores descuentos en el precio de venta del servicio, el punto de equilibrio aumenta obteniéndose menos utilidades. También se puede concluir que es posible realizar descuentos hasta el **49.85%**, correspondiente a \$312.960 niños y \$782.400

jóvenes sin generar pérdidas. Lo anterior demuestra alto grado de flexibilidad de las variaciones del precio, ya que se siguen generando utilidades.

3.10.2 Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio a niños, año 3. En la tabla 82 se muestra el descuento en el precio de venta de los servicios de la academia de música a los niños, manteniendo constante el número de jóvenes y niños para el año tres (3); en la gráfica 49 se muestra las utilidades correspondientes a cada uno de ellos:

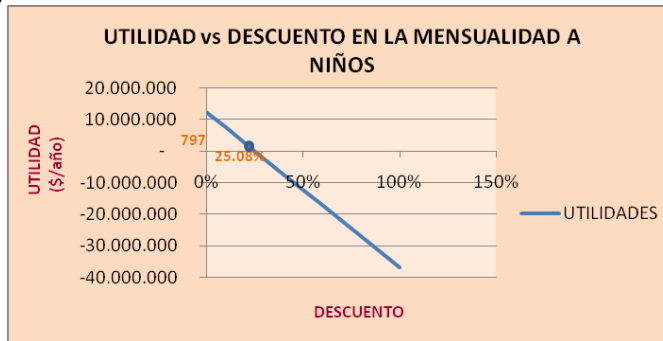
Tabla 82. Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio a niños, año 3

Nivel Descuento (%)	Tarifa \$/año	INGRESOS \$/año	COSTO \$/año	P.E	Utilidades
0%	624.000	49.920.000	37.585.833	60	12.334.167
10%	561.600	44.928.000	37.512.057	67	7.415.943
25.08%	467.520	37.401.600	37.400.803	80	797
40%	374.400	29.952.000	37.290.729	101	- 7.338.729
60%	249.600	19.968.000	37.143.177	153	-17.175.177
100%	0	0	36.848.073	- 3996	- 36.848.073

Fuente: propia de la investigación.

* El descuento en la mensualidad a niños no es exacto por cuanto las cifras decimales hacen que se presente un mínimo de margen, por tanto la utilidad es distinta de cero; para el proceso se aplicaron cifras de dos (2) decimales (25.08%), lo que genera un mínimo de utilidad de \$797.

Gráfica 49. Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio a niños, año 3



Fuente: propia de la investigación.

Se puede apreciar en la gráfica 49 y la tabla 82, que trabajando con la mensualidad actual del servicio para los niños (\$52.000/mes), el punto de equilibrio se logra con 60 niños alcanzándose una utilidad de \$12.334.167; si se hace un descuento del **25.08%(\$4.870/hr)**, se obtiene un punto de equilibrio de 80 niños y 39 jóvenes respectivamente, y se alcanzan utilidades (\$797/año). Por lo tanto el precio de venta del servicio a los niños debe estar por encima de \$4.870/hr para que se generen utilidades. Lo anterior demuestra que un cambio

en el precio por servicio a los niños es más sensible frente a una variaciones en el precio en el servicio a los jóvenes.

3.10.3 Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio a jóvenes, año 3. En la tabla 83 se describen el descuento en el precio de venta del servicios a los jóvenes, manteniendo constante el número de jóvenes y niños para el año tres (3); en la gráfica 50 se muestran dichas utilidades:

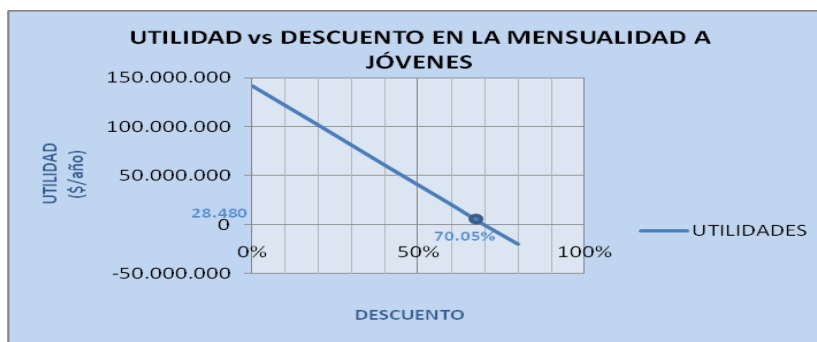
Tabla 83. Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio a jóvenes, año 3

Nivel Descuento (%)	Tarifa \$/año	INGRESOS \$/año	COSTO \$/año	P.E	Utilidades
0%	1.560.000	202.800.000	61.076.979	39	141.723.021
10%	1.404.000	182.520.000	60.957.093	43	121.560.907
20%	1.248.000	162.240.000	60.837.207	48	101.402.793
40%	936.000	121.680.000	60.597.435	65	61.082.565
60%	624.000	81.120.000	60.357.663	97	20.762.337
70.05%	467.280	60.746.400	60.717.920	131	28.480
80%	312.000	40.560.000	60.117.891	198	-19.557.891

Fuente: propia de la investigación.

* El descuento en la mensualidad a jóvenes no es exacto por cuanto las cifras decimales hacen que se presente un mínimo de margen, por tanto la utilidad es distinta de cero; para el proceso se aplicaron cifras de dos (2) decimales (70.05%), lo que nos genera un mínimo de utilidad de \$28.480.

Gráfica 50. Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad del servicio a jóvenes, año 3



Fuente: propia de la investigación.

Analizando el gráfico 50 y la tabla 83; si se trabaja con la tarifa actual de los servicio (**\$130.000/mes jóvenes**), el punto de equilibrio se alcanza con 39 jóvenes, obteniéndose una utilidad de **\$141.723.021**; si se hace un descuento en la mensualidad hasta del **70.05% (\$1.947/hr)**, se obtiene el punto de equilibrio con **131 jóvenes**, a partir de los cuales se empieza alcanzar utilidades (**\$28.480/año**). Por consiguiente el precio de venta del servicio a los jóvenes debe estar por encima de **\$1.947/hr** para generar utilidades. Se puede ver como el servicio a los jóvenes es mas flexible frente a las variaciones en la mensualidad, comparada con

la flexibilidad de la mensualidad del servicio en general y respecto a la flexibilidad en la tarifa del servicio a niños.

3.10.4 Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario de profesor catedrático, año 3. La tabla 84 se muestra el aumento del salario al profesor catedrático de la academia, manteniendo constante el número de jóvenes y niños para el año 3.

Gráfica 51. Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario de profesor catedrático, año 3



Fuente:

propia de la investigación.

Tabla 84. Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario de profesor catedrático, año 3

Nivel	Salario P. catedrático	Niños Inscritos	Jóvenes Inscritos	PE niños	PE jóvenes	Utilidad
0%	1.290.978	80	130	60	39	118.420.067
80%	2.323.760	80	130	68	44	103.548.006
130%	2.969.249	80	130	72	47	94.252.964
200%	3.872.934	80	130	79	51	81.239.900
300%	5.163.912	80	130	89	57	62.649.817
400%	6.454.890	80	130	98	63	44.059.734
500%	7.745.869	80	130	108	70	25.469.636
637%	9.514.508	80	130	121	78	1.235
700%	10.327.824	80	130	127	82	-11.710.516

Fuente: propia de la investigación.

En la gráfica 51 y la tabla 84, se puede observar que trabajando con el salario actual del profesor catedrático (**\$1.290.978/mes**), el punto de equilibrio se alcanza con 60 niños y 39 jóvenes, obteniéndose unas utilidades por valor de **\$118.420.067/año**. A partir de un aumento en el salario del profesor catedrático en un **637%**, equivalente a **\$9.514.508/mes**, se obtiene un punto de equilibrio de **121 niños y 78 jóvenes** respectivamente, y aún se alcanzan utilidades (**\$1.235/año**). Por lo tanto, dicho salario podría llegar hasta esa asignación, pero no es

conveniente en la generación de utilidades. Lo anterior refleja que el salario del profesor catedrático es flexible frente a cambios en el precio.

3.10.5 Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario del director musical, año 3. En la tabla 85 se muestra el aumento en el salario del director musical, para el año tres (3), manteniendo constante el número de jóvenes y niños.

Tabla 85. Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario del director musical, año 3

Nivel	Salario D. musical	Niños Inscritos	Jóvenes Inscritos	PE niños	PE jóvenes	Utilidad
0%	1.492.280	80	130	60	39	118.420.067
100%	2.984.560	80	130	71	46	96.931.235
150%	3.730.700	80	130	77	49	86.186.819
200%	4.476.840	80	130	82	53	75.442.403
300%	5.969.120	80	130	93	60	53.953.571
500%	8.953.680	80	130	115	74	10.975.907
551	9.714.743	80	130	121	78	16.599
650%	11.192.100	80	130	132	85	-21.257.341

Fuente: propia de la investigación.

Gráfica 52. Análisis de sensibilidad: Aumento en el salario del director musical, año 3



Fuente: propia de la investigación.

El salario actual del director musical es de **\$1.492.280/mes**. El punto de equilibrio se alcanza con 60 niños y 39 jóvenes, lográndose por **\$118.420.067/mes**. Al aumentársele el salario (tabla 86, gráfica 52) en **551% (\$8.953.680/mes)**, se obtiene un punto de equilibrio de **115 niños y 74 jóvenes**, a partir del cual comienza un mínimo de utilidades (**\$39.809/año**). Por lo tanto, su salario podría

llegar hasta esa asignación, pero no es conveniente en la generación de utilidades. Lo anterior refleja la alta flexibilidad del salario del director musical, frente a cambios en el precio.

4. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

- Fuentes de financiación en la fase de inversión:
 - ✓ Aportes de capital: \$ 225.259.269
 - ✓ Préstamos bancarios: \$ 60.000
 - Total Inversiones \$ 285.259.269

- ✓ Opción de financiación del proyecto con recursos de Fondo Emprender.

- Previsión por concepto de aumento racional de Costos de operación, financiación y ventas, ante la necesidad de establecer el recurso de la producción Marginal relacionada con el crecimiento de la demanda y/o uso de la capacidad instalada.

- Ingresos anuales estimados por concepto de venta de servicios:
 - ✓ Año 1 \$ 151.632.000.
 - ✓ Año 2 \$ 189.540.000.
 - ✓ Años 3 a 10 \$ 252.720.000.

- Iniciación de operaciones al 60% de su capacidad instalada.
- El estado de resultados de la empresa, muestra ganancias en todos los años de operación del proyecto.
- La Empresa deberá pagar impuestos del (20%).
- La Empresa repartirá dividendos correspondientes al 50% de la utilidad operativa desde el primer año.

- El balance proyectado permite ver el aumento anual de los activos corrientes, y la disminución de los activos fijos. Igualmente, mientras los pasivos disminuyen por el pago del préstamo, el patrimonio se incrementa por las utilidades del ejercicio.

- Los indicadores financieros muestran una empresa liquida, sin problemas para cancelar de forma oportuna sus pasivos corrientes.

- Aunque en los dos primeros años se tienen dificultades para superar el punto de equilibrio, por hallarse por encima de la capacidad instalada, en los años subsiguientes se obtiene un margen positivo en las utilidades netas.

- El precio del servicio no es sensible frente a variaciones por concepto de descuentos especiales en las tarifas; de allí que se pueden realizar los mismos hasta en un 49.85%, sin generar perdidas, por lo tanto, las variaciones del pre

cio son flexibles. Por supuesto el punto de equilibrio aumenta obteniéndose menos utilidades.

- El análisis de sensibilidad de la Academia, relacionado a un descuento en el precio de servicio a los niños, presenta un comportamiento más sensible (menos flexible), que en el caso del descuento de la mensualidad en general.
- En la tarifa del servicio a los jóvenes se puede observar como ésta es la menos sensible (más flexible), frente a las variaciones en la mensualidad, comparada con la sensibilidad del servicio en general y respecto a la sensibilidad del descuento en la tarifa del servicio a niños, puesto que es posible realizar descuentos de más del 50% y aun obtener utilidades **(70.05%, es decir, \$1.947/hr)**.
- Respecto al salario de profesor catedrático, año 3, se refleja muy baja sensibilidad (muy flexible), frente a cambios en el incremento de la mensualidad, dado que permite aumentos hasta del **637% (\$9.514.508/mes)**, y se sigan generando utilidades.
- Un aumento en el salario del director musical, para el año 3, permitió identificar que su asignación es poco sensible (muy flexible), respecto a cambios en el precio, ya que el mismo puede ser incrementado hasta el **551% (\$8.953.680/mes)** y se siguen generando utilidades.

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 TASA DE OPORTUNIDAD

Tasa de descuento ó TO: refleja la oportunidad perdida de gastar o invertir en el presente.

La Tasa de Oportunidad ó Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), se aplicará en términos constantes, es decir que no está afectada por la inflación.

Para el proyecto se determino trabajar con una:

- Tasa del mercado del 22%.
- Inflación del 2.59% a noviembre.⁶²

Al estar la tasa de mercado en términos corrientes se aplica la siguiente fórmula para determinar la tasa en términos constantes:

$$\text{Tio} = ((1 + \text{Tasa del Mercado}) / (1 + \text{Inflación})) - 1$$

$$\text{Tio} = ((1 + 0.22) / (1 + 0.0259)) - 1$$

$$\text{Tio} = 18.9\%$$

Por lo tanto la tasa que permitirá evaluar el proyecto será del **18.9%**.

5.2 FLUJO DE EFECTIVO NETO

“El flujo de efectivo neto indica la manera como el dinero fluye al inversionista, o a la inversa. En términos generales el objetivo del flujo de efectivo neto consiste en identificar y analizar los ingresos y los egresos asociados con los periodos de análisis del proyecto.”⁶³

En la tabla 86 siguiente se muestra el Flujo de Efectivo Neto del Proyecto.

⁶² Boletín económico regional. Banco de la República.

⁶³ flujo de efectivo neto. En: PROYECTOS formulación, evaluación y control.

Tabla 86. Flujo de efectivo neto (Pesos del año 1)

Fase	Inversión	Operacional										Valor remanente
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Entrada de Efectivo												
1. Recursos financieros (préstamos)	60.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
2. Ingresos por concepto de ventas		151.632.000	189.540.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	
3. Valor remanentes en el último año												117.405.536
Total Entradas de Efectivo	60.000.000	151.632.000	189.540.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	252.720.000	
Salida de Efectivo												
1. Inversiones totales	285.259.269	9.771.471	-52.156	-40.754	-48.783	-62.429	1.090.511	-35.562	-32.006	-28.806	-44.450	
2. Costos de operación, netos de depreciación y amortización de diferidos		75.436.908	75.185.373	75.181.703	74.742.660	74.347.522	73.991.897	73.671.835	73.383.779	73.124.529	0	
3. Costos de financiación (intereses)		6.468.000	6.077.086	5.644.032	5.164.295	4.632.842	4.044.099	3.391.889	2.669.370	1.868.964	982.275	
4. Pago de prestamos		3.626.285	4.017.199	4.450.253	4.929.990	5.461.443	6.050.187	6.702.397	7.424.915	8.225.321	9.112.011	
5. Impuestos		10.468.003	18.178.093	30.901.438	31.085.194	31.314.972	31.459.385	31.653.840	31.855.955	32.067.886	32.336.349	
Total Salidas de Efectivo	285.259.269	105.770.667	103.405.595	116.136.672	115.873.356	115.694.350	116.636.079	115.384.398	115.302.013	115.257.894	42.386.184	
Entradas Menos Salidas	- 225.259.269	45.861.333	86.134.405	136.583.328	136.846.644	137.025.650	136.083.921	137.335.602	137.417.987	137.462.106	327.739.351	
Flujo de Efectivo Neto	- 225.259.269	45.861.333	86.134.405	136.583.328	136.846.644	137.025.650	136.083.921	137.335.602	137.417.987	137.462.106	327.739.351	

Fuente: propia de la investigación.

5.2.1 VALOR PRESENTE NETO

“El Valor Presente Neto de un proyecto, a una tasa de interés i , es la *ganancia extraordinaria* que genera el proyecto, medida en unidades monetarias actuales”.⁶⁴

Para el cálculo del Valor Presente Neto se requiere del estado de fuentes y usos de flujo de efectivo neto, que a continuación se resume en el siguiente cuadro.

Tabla 87. Resumen del cuadro de fuentes y usos del flujo

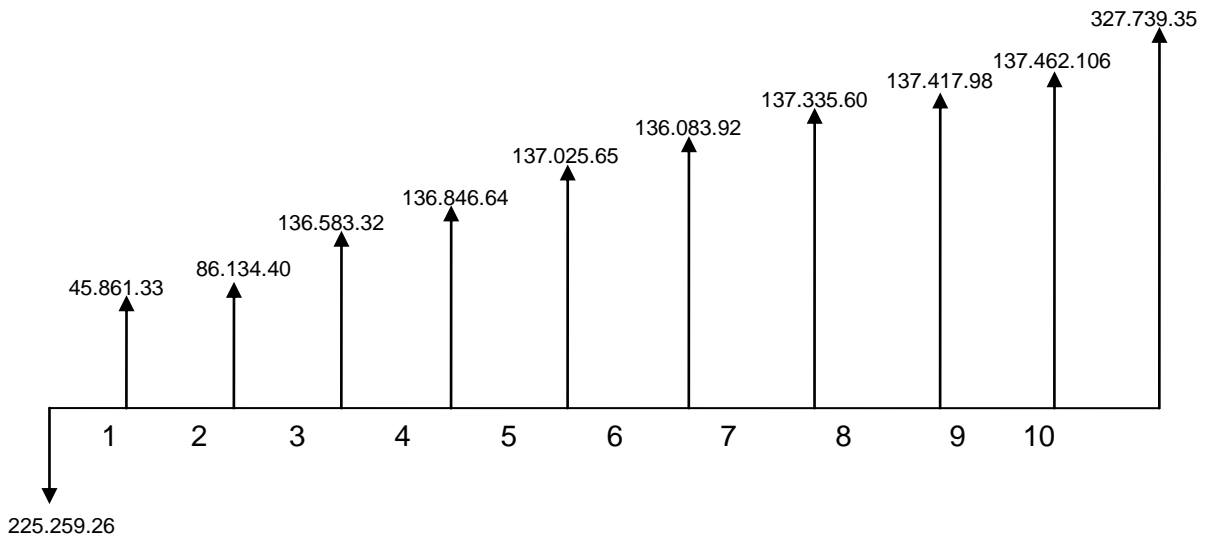
AÑO	FLUJO DE EFECTIVO NETO
0	-225.259.269
1	45.861.333
2	86.134.405
3	136.583.328
4	136.846.644
5	137.025.650
6	136.083.921
7	137.335.602
8	137.417.987
9	137.462.106
10	327.739.351

Fuente: Propia de la Investigación.

En la Figura 18 se muestra una representación gráfica del flujo de efectivo neto:

⁶⁴ PROYECTOS formulación, evaluación y control

Figura 18. Diagrama de flujo de efectivo neto



Formula:

$$VPN (i) = \sum VPI - \sum VPE$$

$$VPN (18.9\%) = \left\{ \begin{aligned} &(45.861.333/(1+0.189)^1 + (86.134.405/(1+0.189)^2 + \\ &(136.583.328/(1+0.189)^3 + (136.846.644 / (1+0.189)^4 + \\ &(137.025.650/(1+0.189)^5 + (136.083.921/(1+0.189)^6 + \\ &(137.335.602/(1+0.189)^7 + (137.417.987/(1+0.189)^8 + \\ &(137.462.106/(1+0.189)^9 + (327.739.351/(1+0.189)^{10} + \\ &[-(225.259.269/(1+0.189)^0] \end{aligned} \right\}$$

$$VPN (18.9\%) = 517.313.999.58 - 225.259.269$$

$$VPN (18.9\%) = 292.054.730,58$$

El valor presente neto al ser positivo representa las ganancias extraordinarias que genere el proyecto. Es decir que durante los diez años se tendría una ganancia adicional de **\$292.054.730,58**, traído a pesos de hoy; por lo tanto el proyecto es viable financieramente, porque el VPN es mayor a cero.

5.2.2 TASA INTERNA DE RETORNO

“La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de interés que hace que el valor presente neto del proyecto sea igual a cero. También se define como la tasa de interés que devengan los dineros que permanecen invertidos en el proyecto”⁶⁵.

La Tasa Interna de Retorno para este proyecto es del **43.15%**, por lo tanto el proyecto se justifica desde el punto de vista financiero pues la TIR del proyecto es mayor que la TIO estimada (18.9%).

5.2.3 RELACION BENEFICIO COSTO

“La relación beneficio costo (B/C) de un proyecto a una tasa de intereses i , es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos a una tasa de interés i entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés i ”⁶⁶. En este caso la tasa de interés es la TIO = 18.9%

$$B / C (i) = \frac{\sum VPI}{\sum VPE}$$
$$B/ C (18.9\%) = \frac{517.313.999.58}{225.259.269}$$
$$\mathbf{B/ C (18.9\%) = 2.3}$$

Para el proyecto esto significa que por cada peso invertido se reciben 2.3 pesos, es decir, esta es la ganancia extraordinaria producida por cada peso invertido expresado en valor presente. En este caso el proyecto es financieramente viable porque la relación beneficio costo B/ C (18.9%) es igual 2.3 mayor que 1.

5.2.4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad para el presente proyecto se hará en la tasa de interés de oportunidad y en el precio.

- Variación en la Tasa de interés de oportunidad. La Tabla 88 y el gráfico 53 muestran el Valor Presente neto del Proyecto a diferentes tasas de Interés de oportunidad y a partir de ellas determinar hasta dónde puede llegar la viabilidad del proyecto.

⁶⁵ Ibid., Pág. 175.

⁶⁶ Ibid., Pág. 175.

Tabla 88. Análisis de sensibilidad: Valor presente neto vs tasa de oportunidad

TASA INTERES	VPN
0	1.193.231.059
5	816.450.204
20	268.311.517
30	111.634.940
40	20.717.101
42	7.242.875
43	949.548
43.1	335.508
43.15	29.507
43.16	-31.612
60	-74.247.215

Fuente: Propia de la Investigación

Gráfica 53. Análisis de sensibilidad: Valor presente neto vs tasa de oportunidad



Fuente: Propia de la Investigación

Como lo muestra la Tabla 88 y el gráfico 53, existe una relación inversa entre el Valor Presente Neto y la Tasa de Interés de Oportunidad, es decir, a medida que aumenta la tasa de interés, el VPN disminuye y viceversa. Se puede apreciar que a una tasa de oportunidad del 43.16%, el VPN es negativo, por lo tanto, la zona de aceptación del VPN, es cuando tasa de oportunidad sea mayor o igual a una tasa del 43.15%, donde el proyecto genera ganancias extraordinarias, es decir, la tasa de interés que devengan los dineros que permanecen invertidos en el proyecto debe ser superior al 43.15% de manera que sea atractiva para los inversionistas.

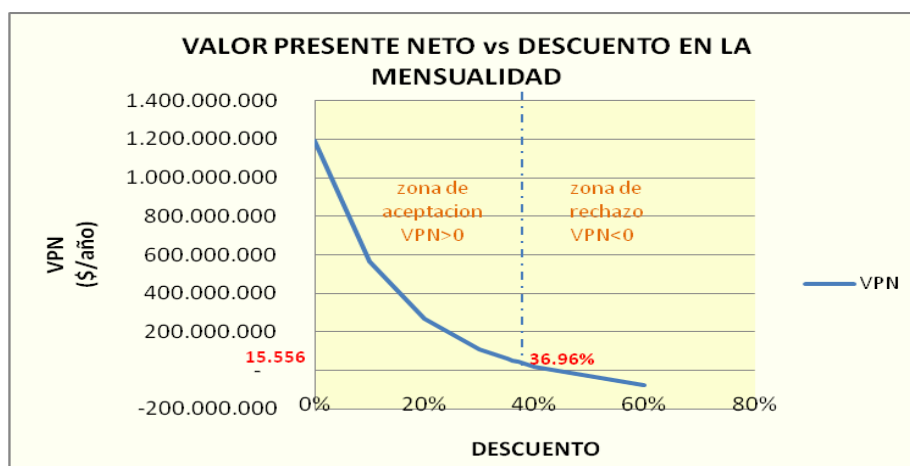
- **Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad.** A continuación se exponen las variaciones de los indicadores VPN y TIR a diferentes tasas de descuento, las cuales se indican en la tabla 89 y el gráfico 54.

Tabla 89. Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad

Variación (%)	Precio (\$/hora)	VPN (\$)	TIR (%)
0	6.500	292.054.730,58	43,15%
10	5.850	214.403.116,66	36,96%
20	5.200	136.751.502,75	30,61%
25	4.875	97.925.695,79	27,36%
30	4.550	59.009.888,83	24,06%
35	4.225	20.274.081,87	20,69%
37.6	4.056	84.662,25	18,91%
40	3.900	- 18.551.725,08	17,24%
50	3.250	-96.203.339	10,09%
70	1.950	-251.506.566,83	-5,69%

Fuente: Propia de la Investigación

Gráfica 54. Análisis de sensibilidad: descuento en la mensualidad



Fuente: Propia de la Investigación

El valor de la hora de enseñanza musical es de \$6.500, pero a través del análisis de sensibilidad (tabla 89 y gráfica 54), se pueden reducir a una tarifa de hasta **37.6%**, equivalente \$5.330/ hora, lo cual genera un **VPN de \$84.662,25** y una **TIR de 18,91%**, por lo tanto el proyecto seguirá siendo aceptable desde el punto de vista financiero, debido a que la TIR es mayor a la tasa de oportunidad (18.9%; además el VPN está dentro de la zona de aceptación. Lo anterior demuestra la flexibilidad en el precio de los servicios, que permite reducirlo hasta \$4.056/hora, lo cual constituye una ventaja frente a la competencia, ya que pueden generar estrategias para captar más clientes que generen ganancias.

5.2.5 Conclusiones

- La Tasa de Oportunidad, calculada en términos constantes, fue de 18.9%. La tasa de mercado (22%) dada en términos corrientes.
- El Valor Presente Neto (VPN) del proyecto, es de **\$292.054.730,58** claro indicador de la rentabilidad financiera del mismo.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR), **43.15%**, mayor a **0**, muestra la viabilidad financiera del proyecto, la cual está por encima de la tasa de oportunidad (**18.9%**). Significa que el proyecto es atractivo para invertir.
- La relación beneficio costo es de **2.3** (mayor a 1), es decir, que por cada peso invertido se reciben \$ 2.3; por lo tanto, el proyecto es financieramente viable.
- La relación Valor Presente Neto vs Tasa de Oportunidad genera ganancias. La tasa de oportunidad es superior al 43.15% (zona de aceptación del VPN).
- Las variaciones del precio en el servicio, por descuento en la mensualidad, se pueden reducir hasta \$4.056/hora (37.6%), generando \$84.662,25 de VPN y 18,91% de TIR, lo cual indica la viabilidad financiera y ventaja de la academia a la hora de captar clientes.

VI. EVALUACION ECONOMICA Y SOCIAL DEL PROYECTO

1. IMPACTO ECONOMICO Y SOCIAL

En el desarrollo de la fase operativa del proyecto, la Academia de música será fuente de generación de 6 empleos directos. Así, la creación de la Academia generará un impacto económico de tipo regional el cual beneficiará a la localidad, por la creación de empleos directos (personal proceso enseñanza musical, personal administrativo, secretaria, contador), e indirectos dentro del comercio (transporte público, casas de instrumentos musicales, personal de mantenimiento, de adecuación acústica y de planta física, entre otros). En síntesis, el establecimiento de la academia de música en la ciudad impactara la generación de empleos directo a contratarse por la empresa, y en menor proporción, empleos indirectos, especialmente para las empresas proveedoras de los suministros que requerirá la academia para la prestación oportuna de sus servicios.

Esta situación fomentará la reactivación de la actividad de los diferentes sectores económicos: primario, de servicios, la industria; por la oferta y demanda de los servicios de las familias, dinero que se inyecta en la economía de la región, generándose un efecto sucesivo de incremento de valor, que favorece a todo un tejido empresarial, así como a la sociedad en general.

La puesta en marcha de la Academia de música Jubal promoverá la competitividad del tejido empresarial, el mejoramiento en la calidad de los servicios y productos de empresas similares, con lo cual se beneficiarán las empresas y la comunidad en general.

El entorno social se ve beneficiado en primer lugar, por los profesionales que se contratarán para prestar los servicios de la empresa, dado a que tendrán empleo y ejercerán su campo de formación, lo cual brinda experiencia laboral y un alto grado de especialización y responsabilidad. En segundo lugar, para la competencia constituye un reto, el cual hará que los servicios prestados por la Academia sean de alta calidad, diferenciados por la gama de servicios que ofrece, lo anterior con el propósito de eliminar las debilidades existentes y desarrollar ventajas competitivas; un trabajo en equipo que permita generar en cada miembro de la empresa un espíritu de competencia sana y una visión de negocio de largo plazo.

Igualmente la academia de música brindará a la comunidad servicios que contribuyan al sano esparcimiento, utilización del tiempo libre de niños y jóvenes en una actividad u ocupación socio- cultural que propicie el rescate y desarrollo de los valores musicales, dado que la ciudad presenta un alto porcentaje de población juvenil e infantil y como es reconocido, ésta no cuenta con lugares de recreación o programas que brinden la oportunidad a un sano entretenimiento.

El establecimiento de la academia de música fortalecerá la formación de las personas en su desarrollo motivacional y autoestima, en donde también podrán ocupar su tiempo libre para construir nuevos sentidos y espacios de desarrollo musical, desde el conocimiento, acercamiento teórico y el ejercicio académico.

La Escuela de música promoverá también valores para fortalecer la identidad musical y cultural. Formará artistas creativos, que realicen su obra con sentido estético; que ejerzan una conciencia crítica y autocrítica de la realidad; contribuirá a desarrollar las capacidades intelectuales, físicas y espirituales que permitirán al músico realizar interpretaciones instrumentales y vocales.

2. COSTOS DEL PROYECTO A NIVEL SOCIAL

Este proyecto que permitiría la puesta en marcha de una entidad prestadora de servicios de enseñanza musical; al entrar en operación como persona natural será responsable de amortizar diferidos, realizar depreciaciones y considerar los gastos financieros, administrativos, entre otros (los anteriores gastos están considerados dentro de la fase de operación y ejecución del proyecto).

Por tanto los costos del proyecto son de tipo tributarios, los cuales serán pagados por los ingresos del mismo, contribuyendo con el desarrollo de la economía y por ende con el desarrollo de la sociedad.

3. CONCLUSIONES

- El proyecto impacta socio-económicamente el mercado local, generando empleos directos e indirectos.
- El proyecto promueve la competitividad del tejido empresarial, la calidad de los servicios y productos de empresas similares; propicia la construcción de nuevos espacios músico-culturales, contribuyendo al sano esparcimiento de los clientes, de sus capacidades intelectuales, físicas y espirituales, desde el acercamiento teórico, conocimiento y ejercicio académico.
- La academia de música, promoverá la formación, desarrollo motivacional y autoestima de las personas, brindando la oportunidad a un sano entretenimiento.
- Los costos tributarios en los que incurre el proyecto, serán cubiertos por los ingresos causados en el ejercicio del proyecto.

VII. EVALUACION AMBIENTAL

1. DESCRIPCION DEL AREA DE INFLUENCIA

- **Ubicación.** El proyecto se llevará a cabo en el barrio La Pamba de la ciudad de Popayán, la ubicación se determinó de acuerdo a la evaluación para la localización y desarrollo del proyecto.
- **Población.** La población aproximada de la ciudad es de 265.976 habitantes, los cuales se dedican a diferentes actividades de la economía y la industria. Entre las principales actividades socioeconómicas de la ciudad se destaca la industria del café, los cultivos perecederos como la papa, la yuca, a demás la ganadería de tipo expansivo destinada a la producción lechera, también se identifican la fábrica de alimentos, licores y actividades comerciales de tipo formal y/o informal.
- **Paisaje natural.** El paisaje se encuentra enriquecido por la cercanía a la cordillera occidental y a la afluencia del río Cauca. El sector en el cual se ubicará la empresa está dentro de la zona urbana.
- **Usos del suelo.** El sector donde se ubicará la empresa posee un espacio público adecuado en lo concerniente a paso peatonal y zonas de estacionamiento, también se cuenta con espacios privados por ser una zona residencial y comercial.
- **Facilidades de transporte.** Este sector cuenta con facilidad de acceso al transporte tanto público (buses, colectivos, taxis), como particular, dado a que la ruta de transporte de estos pasa cerca con destino hacia cualquier sitio de la ciudad.

2. IMPACTOS Y EFECTOS DE LA ACADEMIA DE MÚSICA SOBRE EL AMBIENTE

El ejercicio de las actividades de la Academia de música Jubal, no genera impactos significativos en el medio ambiente. La construcción de su planta física responderá a una planeación adecuada para el diseño de su construcción en un terreno preparado para tal fin.

El tipo de contaminación producido será en cuanto al nivel de intensidad sonora generada por la ejecución de los instrumentos musicales, entre 60 y 95 decibeles, los cuales están dentro de los niveles de tolerancia para el oído humano: 20 y 80 decibeles (ver capítulo I, entorno ambiental); sin embargo, este impacto se controla mediante un apropiado ajuste en la infraestructura de la planta física a prueba de ruidos, como: salones con adecuación acústica (para el caso de los instrumentos que generan mayor sonido como: el bombo, platillos de choque, trompeta y batería), diademas protectoras de oídos, además de otros aspectos físicos como la ventilación e iluminación, entre otros.

3. INDICADORES DEL MEDIO AMBIENTE NATURAL

3.1 Agua potable. El uso de agua potable es mínimo pues la academia solo la requerirá para actividades domésticas como mantener limpias las instalaciones de la empresa, para los baños, entre otros.

3.2 Desechos. Debido a que es una empresa de servicios, los desechos en los que incurrirá son los referentes a papelería; éstos se pueden manejar a través de cooperativas de reciclaje para una mejor utilización.

Además de lo anterior, para identificar el impacto ambiental del proyecto se utilizará un método matricial en donde se evaluarán dos etapas: preoperativa y operacional.

La matriz tendrá como encabezamiento en las columnas la lista de las actividades propias del proyecto y la fase respectiva. En las filas se ubicaran las categorías del medio ambiente: natural y social. Para cada actividad se señalan, mediante un asterisco u otro símbolo, los componentes del medio ambiente que puede impactar. Estos símbolos se explican en la esquina superior izquierda de las matrices.

Tabla 90. Matriz para identificación de impactos en la fase preoperativa

SIMBOLOGÍA			FASE PREOPERATIVA							
C: combatible M: moderado S: severo F: critico R: impacto reversible I: impacto irreversible b: beneficio poco significativo B: beneficio significativo *: existe medida de mitigación			Desmonte y limpieza terreno	Edificación de la obra	Instalaciones (eléctrica y acústica)	Mantenimiento planta física	Ubicación de Equipos musicales	Total Impactos (-)	Total impactos (+)	
ENTORNO AMBIENTAL	Factores Bióticos	Flora	Vegetación Secundaria	*				1	0	
			Estrato Herbáceo y arbustivo	*				1	0	
		Fauna	Aves	*					1	0
			Roedores	*					1	0
	Factores Abióticos	aire	Producción de polvo	M	*	*			3	0
			Ruido	M	*	*			3	0
			Monóxido de carbono						1	0
		agua	Aguas subterráneas							
			Aguas superficiales							
			Drenaje							
	Calidad del agua									
	Suelo	Características físicas			I				1	0
		Características químicas			I				1	0
		Características biológicas			I				1	0
		Basuras	*	*	*	*			4	0
	Clima	Precipitación								
		Vientos								
		Temperatura								
	ENTORNO SOCIAL	Factor Socioeconómico	Economía regional			b			0	1
Servicios públicos										
Salud pública										
Empleo			b	B	b	b		0	4	
Accidentalidad				*	*			2	0	
Seguridad										
Uso comercial										
Uso institucional					B				0	1
Uso residencial										
Aceptación social				B	B			0	1	
Factor Estético		Imagen urbana			b				0	1
		Espacio público	b	b					0	2
		Paisaje			b					
		Cono visual			b					
	Zonas verdes			b						
Total Impactos (-)			7	7	4	1	0	19		
Total Impactos (+)			2	9	2	1	0		14	

Fuente: Propia de la Investigación

En la tabla 90 se evaluaron los entornos ambiental y social en la etapa preoperativa; del primero se consideraron los factores bióticos, los cuales son impactados moderadamente por el proyecto. En los factores abióticos, existe una incidencia moderada ocasionada por la producción de polvo, ruido y para las basuras existen medidas de mitigación.

Dentro de las variables analizadas en el entorno social, el factor empleo genera beneficios poco significativos al contratar 5 personas que se encarguen de actividades puntuales como el desmonte y limpieza terreno, las instalaciones (eléctrica y acústica), mantenimiento de la planta física.

En el factor de edificación de la obra se presenta un impacto significativo debido a que se recurrirá a varias personas para su efecto. El proyecto impactaría el factor accidentalidad, dado a que en la realización de actividades como la edificación de la obra e instalaciones eléctrica las personas podrán estar expuestas a accidentes laborales.

La actividad relacionada con la ubicación de los instrumentos musicales no genera ningún impacto por cuanto esta tarea es cotidiana dentro de las labores de estudio.

En la tabla 91, referente al entorno ambiental, se puede identificar impactos controlables en lo que concierne a la producción de polvo y de basuras generadas al realizar el aseo diario de las instalaciones, además de los residuos sólidos como son el desecho de papelería, entre otros, en el proceso de la prestación de los servicios de enseñanza musical.

En cuanto al sonido generado por los instrumentos más sonoros, existe medida de control mediante la adecuación acústica que se hará en el salón de clase de instrumentos; dicho valor ya está incluido dentro de los costos de la edificación de la obra, dentro de las inversiones fijas del proyecto, descritas en el estudio técnico.

En el entorno social se presenta un impacto positivo en lo que se refiere al empleo, la imagen urbana y la aceptación social en las labores del proceso de prestación del servicio; igualmente un beneficio poco significativo para las tareas de aseo, mantenimiento de equipos musicales, y de forma indirecta, un beneficio poco significativo al promover el empleo a las empresas de transporte.

Tabla 91. Matriz para identificación de impactos en la fase operacional

SIMBOLOGÍA			FASE OPERACIONAL					Total Impactos (-)	Total impactos (+)	
			Residuos sólidos	Aseo diario instalaciones	Mantenimiento general	Transporte	Prestación del servicio			
C: compatible M: moderado S: severo F: critico R: impacto reversible I: impacto irreversible b: beneficio poco significativo B: beneficio significativo *: Existe medida de mitigación										
ENTORNO AMBIENTAL	Factores Bióticos	Flora	Vegetación Secundaria							
			Estrato Herbáceo y arbustivo							
		Fauna	Aves							
			Roedores							
	Factores Abióticos	aire	Producción de polvo		*				1	0
			Sonido					*	1	
			Ruido					*	1	0
			Monóxido de carbono							
		agua	Aguas subterráneas							
			Aguas superficiales							
			Drenaje							
			Calidad del agua							
		Suelo	Características físicas							
			Características químicas							
	Características biológicas									
	Basuras		*	*			*	3	0	
	Clima	Precipitación								
		Vientos								
Temperatura										
ENTORNO SOCIAL	Factor Socioeconómico	Economía regional								
		Servicios públicos								
		Salud pública								
		Empleo		b	b	b	B	0	4	
		Accidentalidad						0	0	
		Seguridad								
		Uso comercial								
		Uso institucional								
		Uso residencial								
		Aceptación social					B	0	1	
	Factor Estético	Imagen urbana					B	0	1	
		Espacio público								
		Paisaje								
		Cono visual								
		Zonas verdes						0	1	
Total Impactos (-)			1	2	0	0	1	5		
Total Impactos (+)			0	1	1	1	3		6	

Fuente: Propia de la Investigación

4. PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

El proyecto para la creación de la Academia de música no generará en el medio ambiente efectos negativos significativos durante el transcurso de sus operaciones, sin embargo la empresa presenta el siguiente plan para prevenirlos y/o contrarrestarlos:

Tabla 92. Plan de manejo ambiental

Generador	Medidas de Prevención
Edificación de la obra	- Uso de señales y avisos de precaución.
Adecuación acústica*	- Aislamiento del sonido generado por los instrumentos que emiten mayor sonido.
Instalaciones Eléctricas	- Uso de señales y avisos de precaución. - Desenergizar en momentos de riesgo. - Empleo de elementos y herramientas para protección del personal.
Limpieza de Instalaciones	- uso de elementos básicos de aseo como bolsas plásticas y recipientes para el manejo de basuras.
Mantenimiento de la Infraestructura	- Uso de equipos apropiados para la actividad, elementos de protección para el personal respectivo. - Manejo adecuado de escombros.

Fuente: Propia de la Investigación

* Los costos para la adecuación acústica ya se incluyeron en las inversiones fijas del proyecto. El sonido emitido por los instrumento están entre los 60 y 95 db, es decir, están dentro de los límites de tolerancia humana. “Se considera el umbral del dolor para el humano a partir de los 140 dB, esta es aproximadamente la medida máxima considerada en aplicaciones de acústica.”⁶⁷

El costo de llevar a cabo este plan está inmerso dentro del valor estimado para la edificación de las instalaciones, el cual se especifica en el estudio técnico.

⁶⁷ Enciclopedia Wikipedia

5. CONCLUSIONES

- En la etapa preoperativa se evaluaron los entornos ambiental y social. Del primero se consideraron los factores bióticos, los cuales son impactados moderadamente por el proyecto; en los factores abióticos, existe una leve incidencia ocasionada por la producción de polvo, ruido y basuras, para los cuales se establecen medidas de mitigación.
- El costo de mitigación del sonido está incluido en los costos fijos del presupuesto de edificación de la obra del proyecto. El nivel de contaminación auditiva es poco significativo, dado que la producción de sonido del instrumental musical (60 y 95 db), se encuentra dentro de los niveles de tolerancia del oído humano.
- El impacto social del proyecto se ve reflejado en la generación de empleo para profesionales y personal de apoyo de la empresa. Igualmente, impacta al tejido empresarial de la región activando y generando ventajas competitivas a nivel regional y nacional.
- Para mitigar el impacto medio ambiental, se establece un plan de manejo coherente, que se llevará a cabo en la etapa de inversión del proyecto, buscando promover una cultura de cuidado y convivencia con medio ambiente.

6. CONCLUSIONES GENERALES

- En el **estudio de mercado**, se determinó la aceptación del público objetivo (padres de familia y jóvenes), y la viabilidad del proyecto en la creación de la Academia de música Jubal, en la ciudad de Popayán.
- El **estudio técnico**, determinó la viabilidad del proyecto desde esa perspectiva. Popayán reúne las condiciones necesarias para el óptimo funcionamiento de la empresa:
 - ✓ El talento humano requerido.
 - ✓ Los proveedores de materiales y equipos necesarios.
 - ✓ La localización ideal del lugar seleccionado para el funcionamiento de la empresa (barrio la Pamba).
- El **estudio administrativo** sugiere una estructura funcional por área de servicios:
 - ✓ Gerente General;
 - ✓ Director musical;
 - ✓ Área de Mercadeo;
 - ✓ Área de Personal;
 - ✓ Staff del área financiera.
- Se determinó la conveniencia de constitución legal para la empresa como persona natural, por la facilidad tramitológica, ventajas tributarias, responsabilidades legales, operacionales, de acuerdo a la legislación comercial colombiana⁶⁸. Para su operación contará con una orientación filosófica basada en la Misión, Visión y Principios corporativos.
- El **estudio financiero** determinó:
 - ✓ La viabilidad del proyecto desde el punto de vista de la rentabilidad, reflejado en la obtención de utilidades durante los diez años de operación analizados.
 - ✓ El flujo de caja positivo, con mayores entradas que salidas de efectivo.
 - ✓ Resultados favorables de liquidez, de aprovechamiento de recursos, del nivel de endeudamiento, de costos y de rentabilidad, arrojados por los Indicadores Financieros.
 - ✓ La viabilidad financiera a la hora de invertir, de acuerdo a los resultados de los indicadores financieros.

⁶⁸ Legislación de las academias de música, capítulo I

- ✓ Un VPN positivo, esto significa que se obtendrá una utilidad por un valor de **\$292.054.730,58**.
 - ✓ Una TIR que con ganancias del **43.15%**, porcentaje superior al del inversionista (**18.9%**).
 - ✓ Que la RBC es de **2.3**, es decir que, por cada peso invertido se reciben 2.3 pesos.
 - ✓ El grado de sensibilidad del precio, permite una alta flexibilidad del mismo, el cual puede ser disminuido estratégicamente para captar clientes, sin que se vea mayormente afectada la rentabilidad del proyecto.
 - ✓ Que el servicio a los jóvenes genera la mayor parte de utilidades, comparado con el servicio a los niños.
 - ✓ Que la población infantil no representa mayores utilidades, pero si garantiza la continuidad en los procesos posteriores, es decir, el costo asumido en estas edades, es para obtener un gran número de estudiantes con un mejor desempeño musical en las edades siguientes (cursos posteriores).
- **La evaluación económica y social** determino la viabilidad del proyecto, por el impacto positivo a la sociedad: contribuirá a la generación de empleo directo e indirecto. La puesta en marcha de la Academia influirá en el tejido empresarial para impulsar sus ventajas competitivas a nivel local y regional.
 - **La evaluación ambiental** concluye con la viabilidad del en razón a que;
 - ✓ El proyecto no genera grandes impactos negativos sobre el medio ambiente.
 - ✓ El nivel de contaminación auditiva es poco significativo dado que la producción del sonido del instrumental musical (60 a 95 db), se encuentra dentro de los niveles de tolerancia del oído humano.
 - ✓ El umbral del dolor para el humano empieza a partir de los 140 db, medida máxima considerada en aplicaciones de acústica.⁶⁹ Los impactos serán controlados a través de la práctica del plan de manejo ambiental.

El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Cultura , se pronuncia al respecto, desde **“El Plan Nacional de Cultura 2001-2010”**: *“Hacia una ciudadanía democrática y cultural”*, refiriéndose a la industria cultural, como creadora de nuevas expresiones y símbolos; generadora de canales expresivos y de comunicación de la sociedad⁷⁰, que constituye nuevas oportunidades y caminos de formación empresarial en las áreas artísticas, programas apoyados

⁶⁹ Enciclopedia Wikipedia.

⁷⁰ Al respecto el **Plan Nacional de Cultura** señala: “La diversidad de medios expresivos a través de la música, las artes plásticas y escénicas, la literatura, la poesía y la producción mediática, conforman espacios de creación cultural y de formación de sensibilidades, a la apreciación crítica de las diversas producciones culturales y al goce creativo de todas las manifestaciones. En esta tarea no se debe olvidar el papel central que tienen las industrias culturales, que con sus producciones (...) crean y controlan espacios de expresión y comunicación y generan nuevos elementos simbólicos que entran a alimentar una compleja red de significaciones.” Plan Nacional de Cultura: Hacia una ciudadanía democrática y cultural 2001-2010. Bogotá: Ministerio de Cultura. (2002), pág. 47.

por el gobierno nacional, por cuanto en escuelas y colegios no se profundiza sobre el tema (específicamente en música), se trata pues, de suplir con programas adscritos al Plan Nacional de Música para la convivencia.

BIBLIOGRAFIA

- **ARBOLEDA VÉLEZ**, Germán. “PROYECTOS Formulación, Evaluación y Control”. AC Editores Tercera Edición. Colombia 1999.
- **MÉNDEZ LOZANO**, Rafael. Formulación y Evaluación de Proyectos: Enfoque para Emprendedores. 4º ed. Bogotá D.C. Quebecor World. 2006.
- **DELGADO CASTILLO**, Héctor. Análisis de estados financieros. Editorial Trillas. 176 pg. México, 2007.
- **BARCELÓ REINA**, Nadiesha. Lo cubano en la Educación Musical del Siglo XX.
- **ANDERSON**, David R; **SWEENEY**, Dennis J.; **WILLIAMS**, Thomas A. Estadística para Administración y Economía. Editorial Cengage Learning Editores S.A 10º edición. México, 2008.
- ENTREVISTA con Juan Carlos Gómez, Profesor de música de la Facultad de Artes, Universidad del Cauca. Popayán, 2010.
- Informe de coyuntura económica regional (ICER), Primer semestre de 2006. Pág. 51.
- Observatorio Político. El departamento del Cauca en cifras: situación social y política. Boletín No. 5, Febrero de 2008.
- Informe de Coyuntura Económica Regional: ICER (2.009). pág.28.
- Código Sustantivo del trabajo. Artículo 1.
- Sistema de seguridad social integral. Artículo 1o.
- Diario el Liberal. Área de Publicidad. Asesora Comercial Publicidad.

INTERNET:

- www.wikipedia.com.co.
- <http://es.wikipedia.org>.
- H:\MUSICA\Historia de la música en Guatemala- Monografias_com.mht
- Diccionario de la lengua española © 2005 Espasa-Calpe
- <http://www.musicaclassicaargentina.com/tecnologia/sanmartin.htm>
- <http://www.consaguirre.com.ar/>
- <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric09a10.htm>

- <http://scielo.unam.mx/pdf/peredu/v28n111/n111a5.pdf>
- <http://snfm.conaculta.gob.mx/>
- http://www.oei.es/noticias/spip.php?article1601&debut_5ultimasOEI=175
- <http://www.fundacionbatuta.org/index.php?page=2&site=1&idFile=621&idFile=621&restrict=>
- <http://www.cali.gov.co/publicaciones.php?id=2963>
- <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=1483>
- <http://www.laboratoriocultural.org/revista/academia/fladem/index.htm>
- www.unicauca.edu.co.
- www.fondoemprender.gov.co.
- <http://www.dian.gov.co/>
- www.dane.gov.co. Proyecciones de poblaciones municipales por área 2005-2020. Fecha de actualización de la serie: marzo de 2010.
- www.alcaldiadebogota.gov.co.
- <http://equidad.presidencia.gov.co>.
- <http://www.rrppnet.com.ar/manifiestoderrppymkt.htm>.
- <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=26002> (Marco Normativo de las Industrias Culturales en Colombia).

ANEXOS

NO _____

5. ¿Está usted inscrito (o asiste) a instituciones (academias y afines) de música y similares?

SI _____ ¿cuál(es)? _____

NO _____

6. Se ha proyectado, en la ciudad de Popayán, la creación de una Academia de Música que pretende la formación de personas a través de la enseñanza musical abordando los temas de lectoescritura, el canto y las técnicas de ejecución instrumental como: guitarra, organeta, batería, bajo eléctrico; en la interpretación de diferentes géneros musicales.

¿Estaría usted dispuesto a inscribirse en la Academia de Música?

- a. Definitivamente si lo utilizaría
- b. Podría utilizarlo o no utilizarlo ¿por qué? _____
- c. Probablemente ni lo utilizaría ¿por qué? _____
- d. Definitivamente no lo utilizaría ¿por qué? _____

7. ¿Sabe usted en qué consiste la lectura y escritura musical?

SI _____ NO _____

8. ¿Le gustaría aprender hacer lectura y escritura musical?

SI _____ NO _____

¿Por qué?

9. ¿Ha cantado en forma aficionada o en forma profesional?

SI _____ NO _____

10. ¿Le gustaría conocer la técnica vocal?

SI _____ NO _____

11. ¿Ha ejecutado algún tipo de instrumento musical?

SI _____ NO _____

Si responde SI pase a la siguiente pregunta
Si responde NO pase a la pregunta No.15

12. ¿Cuál(es) de los siguientes instrumentos ha ejecutado?

- a. Guitarra (eléctrica y acústica)
- b. Organeta
- c. Batería
- d. Bajo eléctrico
- e. Flauta traversa
- f. Clarinete
- g. Saxofón
- h. Trompeta
- i. Trombón
- j. Otro (s) ¿cuál(es)? _____

13. ¿Con qué frecuencia practica el instrumento(s) de su preferencia?

- a. De una a dos veces a la semana
- b. De tres a cinco veces a la semana
- c. Más de cinco veces a la semana

14. ¿Le gustaría mejorar...perfeccionar?

SI _____ NO _____

15. ¿Le gustaría aprender a tocar algún instrumento?

SI _____ NO _____

Si responde SI pase a la siguiente pregunta
Si responde NO finaliza la encuesta

16. Cuál(es) de los siguientes instrumentos le gustaría aprender a mejorar...perfeccionar?

- a. Guitarra (eléctrica y acústica)
- b. Organeta
- c. Batería
- d. Bajo eléctrico
- e. Flauta traversa
- f. Clarinete
- g. Saxofón
- h. Trompeta
- i. Trombón

j. Otro (s) ¿cuál(es)? _____

17. En caso de que usted haga la inscripción en la academia, ¿a cuántas personas inscribiría?

- a. Una
- b. Dos
- c. Tres
- d. Más de tres

18. ¿Con qué frecuencia asistiría a la Academia?

- a. Una vez a la semana
- b. Dos veces a la semana
- c. Tres veces a la semana
- d. Cuatro veces a la semana
- e. Cinco veces a la semana

19. En caso de que se interese en ingresar a su hijo a la Academia de Música, ¿en qué horarios le gustaría asistir a la Academia?

Lunes a Sábado: () 8 a.m -12 m () 2 p.m -6 p. m () 6 p.m -10 p.m
Domingos y/o Festivos: () 8 a.m -12 m () 2 p.m -6 p. m () 6 p.m -10 p.m

20. ¿En qué zona de la ciudad le gustaría que quedara ubicada la Academia?

- a. En el centro
- b. En el norte
- c. En el sur
- d. En el occidente
- e. Otro ¿cuál? _____

21. Cuáles de los siguientes medios de comunicación acostumbra a utilizar usted (si lo desea puede seleccionar varias opciones):

- a. Prensa Qué periódico(s) _____
- b. Radio Qué emisora(s) _____
- c. Televisión local () regional () nacional () internacional ()
- d. Revistas Qué revista(s) _____
- e. Otro (s) ¿cuál(es)? _____

NO _____

6. ¿Está su hijo inscrito (o asiste) a instituciones (academias y afines) de música y similares?

SI _____ ¿cuál(es)? _____

NO _____

7. Se ha proyectado, en la ciudad de Popayán, la creación de una Academia de Música que pretende la formación de personas a través de la enseñanza musical abordando los temas de lectoescritura, el canto y las técnicas de ejecución instrumental como: guitarra, organeta, batería, bajo eléctrico; en la interpretación de diferentes géneros musicales

¿Estaría usted dispuesto a inscribir a su hijo en la Academia de Música?

e. Definitivamente si lo utilizaría

f. Podría utilizarlo o no utilizarlo ¿por qué? _____

g. Probablemente ni lo utilizaría ¿por qué? _____

h. Definitivamente no lo utilizaría ¿por qué? _____

8. ¿Sabe su hijo en qué consiste la lectura y escritura musical?

SI _____ NO _____

9. ¿Le gustaría que su hijo aprenda hacer lectura y escritura musical?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

10. ¿Su hijo ha cantado en forma aficionada o en forma profesional?

SI _____ NO _____

11. ¿Su hijo ha cantado en forma aficionada o en forma profesional?

SI _____ NO _____

12. ¿Su hijo ha ejecutado algún tipo de instrumento musical?

SI _____ NO _____

Si responde SI pase a la siguiente pregunta

Si responde NO pase a la pregunta No. 16

13. ¿Cuál(es) de los siguientes instrumentos ha ejecutado su hijo?

k. Guitarra (eléctrica y acústica)

l. Organeta

m. Batería

n. Bajo eléctrico

o. Flauta travesa

p. Clarinete

q. Saxofón

r. Trompeta

s. Trombón

t. Otro (s) ¿cuál(es)? _____

14. ¿Con qué frecuencia practica su hijo ha el instrumento(s) de su preferencia?

d. De una a dos veces a la semana.

e. De tres a cinco veces a la semana.

f. Más de cinco veces a la semana.

15. ¿Le gustaría ayudar a su hijo a mejorar...perfeccionar?

SI _____ NO _____

16. ¿Le gustaría que su hijo ha aprenda a tocar algún instrumento?

SI _____ NO _____

Si responde SI pase a la siguiente pregunta

Si responde NO finaliza la encuesta

17. ¿Cuál(es) de los siguientes instrumentos le gustaría que su hijo ha aprenda a mejorar...perfeccionar?

- a. Guitarra (eléctrica y acústica)
- b. Organeta
- c. Batería
- d. Bajo eléctrico
- e. Flauta traversa
- f. Clarinete
- g. Saxofón
- h. Trompeta
- i. Trombón
- j. Otro (s) ¿cuál(es)? _____

18 En caso de que usted haga la inscripción en la academia, ¿a cuántas personas inscribiría?

- e. Una
- f. Dos
- g. Tres
- h. Más de tres

19. ¿Con qué frecuencia asistiría su hijo ha a la Academia?

- f. Una vez a la semana
- g. Dos veces a la semana
- h. Tres veces a la semana
- i. Cuatro veces a la semana
- j. Cinco veces a la semana

20. En caso de que se interese en ingresar a su hijo a la Academia de Música, ¿en qué horarios le gustaría que asista a la Academia?

Lunes a Sábado: () 8 a.m -12 m () 2 p.m -6 p. m () 6 p.m -10 p.m
Domingos y/o Festivos: () 8 a.m -12 m () 2 p.m -6 p. m () 6 p.m -10 p.m

21. ¿En qué zona de la ciudad le gustaría que quedara ubicada la Academia?

- f. En el centro
- g. En el norte
- h. En el sur
- i. En el occidente
- j. Otro ¿cuál? _____

22. Cuáles de los siguientes medios de comunicación acostumbra a utilizar usted (si lo desea puede seleccionar varias opciones):

- a. Prensa Qué periódico(s) _____
- b. Radio Qué emisora(s) _____
- c. Televisión local () regional () nacional () internacional ()
- d. Revistas Qué revista(s)
- e. Otro (s) ¿cuál(es)? _____

ENCUESTA ESTUDIANTES

Tabla 1. Género

	Frecuencia	Porcentaje
M (MASCULINO)	27	47%
F (FEMENINO)	31	53%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 2. Edades

	Frecuencia	Porcentaje
12 -15 años	10	17%
16 -20 años	48	83%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 4. Actividad u ocupación socio- cultural

	Frecuencia	Porcentaje
Teatro	4	5%
Danza	7	9%
Centros recreativos	8	11%
Centros deportivos	18	23%
Cine	10	13%
Pintura	4	5%
Prácticas musicales	16	21%
Otros	10	13%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 5. Academias de música en Popayán

	Frecuencia	Porcentaje
SI	18	31%
NO	40	69%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 6. Inscritos en academias de música en Popayán

	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	7%
NO	54	93%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 7. Personas dispuestas a inscribirse en la Academia

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente si lo utilizaría	19	33%
Probablemente si lo utilizaría	25	43%
Podría utilizarlo o no utilizarlo	8	14%

Probablemente ni lo utilizaría	1	2%
Definitivamente no lo utilizaría	5	8%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 8. Lectura y escritura musical

	Frecuencia	Porcentaje
SI	35	60%
NO	23	40%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 9. Personas que les gustaría aprender lectura y escritura musical

	Frecuencia	Porcentaje
SI	41	71%
NO	12	21%
NR	5	8%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 10. Personas que han cantado en forma aficionada o profesional

	Frecuencia	Porcentaje
SI	36	62%
NO	22	38%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 11. Personas que les gustaría conocer la técnica vocal

	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	86%
NO	8	14%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 12. Personas que han ejecutado algún tipo de instrumento musical

	Frecuencia	Porcentaje
SI	33	57%
NO	22	38%
No responde	3	5%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 13. Instrumentos ejecutados

	Frecuencia	Porcentaje
Guitarra (eléctrica y acústica)	11	18%
Organeta	8	14%
Batería	2	3%
Bajo eléctrico	2	3%
Flauta traversa	5	8%
Clarinete	10	17%
Saxofón	1	2%
Trompeta	2	3%
Trombón	0	0%
Otro(s)	13	22%
No responde	6	10%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 14. Frecuencia de práctica del(os) instrumento(s)

	Frecuencia	Porcentaje
De una a dos veces a la semana	20	35%
De tres a cinco veces a la semana	4	7%
Más de cinco veces a la semana	6	10%
No responde	28	48%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 15. Estudiantes quienes les gustaría mejorar... perfeccionar

	Frecuencia	Porcentaje
SI	33	57%
NO	0	0%
NR	25	43%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 16. Personas que les gustaría aprender a tocar algún instrumento

	Frecuencia	Porcentaje
SI	33	57%
NO	4	7%
NR	21	36%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 17. Instrumentos que les gustaría aprender a mejorar...perfeccionar

	Frecuencia	Porcentaje
Guitarra (eléctrica y acústica)	12	5%
Organeta	15	6%
Batería	21	8%
Bajo eléctrico	33	13%
Flauta travesera	52	20%
Clarinete	23	9%
Saxofón	56	22%
Trompeta	18	7%
Trombón	21	8%
Otro(s)	5	2%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 18. Número de inscritos en la academia

	Frecuencia	Porcentaje
Una	24	41%
Dos	13	23%
Tres	7	12%
Más de tres	3	5%
No responde	11	19%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 19. Frecuencia con que asistiría a la academia

	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	11	19%
Dos veces a la semana	20	34%
Tres veces a la semana	9	16%
Cuatro veces a la semana	5	9%
Cinco veces a la semana	7	12%
No responde	6	10%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 20. Horarios para asistir a la academia

	Frecuencia	Porcentaje
L- S: 8-12	13	22%
L- S: 2-6	28	48%
L- S: 6-10	5	9%
D y/o F: 8-12	6	10%
D y/o F: 2-6	5	9%
D y/o F: 6-10	1	2%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 21. Zona de ubicación de la academia

	Frecuencia	Porcentaje
En el Centro	31	53%
En el Norte	19	33%
En el Sur	2	3%
En el Occidente	0	0%
Otro	1	2%
No responde	5	9%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 22. Frecuencia con que asistiría a la academia

	Frecuencia	Porcentaje
Prensa	12	16%
Radio	18	24%
Televisión	30	40%
Revista	4	5%
Otro(s)	6	8%
No responde	5	7%

Fuente: Propia de la investigación

ENCUESTA PADRES DE FAMILIA

Tabla 23. Género

	Frecuencia	Porcentaje
M (masculino)	11	26%
F (femenino)	31	74%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 24. Número de hijos

	Frecuencia	Porcentaje
a. Uno	19	45%
b. Dos	17	41%
c. Trés	3	7%
d. Más de tres	3	7%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 25. Edades

	Frecuencia	Porcentaje
a. 5 -7 años	22	48%
b. 8 -11 años	24	52%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 26. Actividad u ocupación socio- cultural de los niños

	Frecuencia	Porcentaje
Teatro	3	5%
Danza	4	7%
Centros recreativos	12	22%
Centros deportivos	13	23%
Cine	4	7%
Pintura	3	5%
Prácticas musicales	7	13%
Otros	10	18%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 27. Academias de música en Popayán

	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	29%
NO	27	64%
No responde	3	7%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 28. Niños(as) inscritos en academias de música en Popayán

	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	19%
NO	34	81%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 29. Personas dispuestas a inscribir a sus hijos en la Academia

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente si lo utilizaría	20	48%
Probablemente si lo utilizaría	16	38%
Podría utilizarlo o no utilizarlo	5	12%
Probablemente ni lo utilizaría	1	2%
Definitivamente no lo utilizaría	0	0%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 30. Lectura y escritura musical

	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	31%
NO	29	69%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 31. Padres que les gustaría sus hijos aprendan lectura y escritura musical

	Frecuencia	Porcentaje
SI	42	100%
NO	0	0%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 32. Niños(as) que han cantado en forma aficionada o profesional

	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	67%
NO	28	33%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 33. Padres que quieren que sus hijos conozcan la técnica vocal

	Frecuencia	Porcentaje
SI	39	93%
NO	3	7%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 34. Niños que han ejecutado algún tipo de instrumento musical

	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	36%
NO	27	64%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 35. Instrumentos ejecutados

	Frecuencia	Porcentaje
Guitarra (eléctrica y acústica)	3	9%
Organeta	1	3%
Batería	2	6%
Bajo eléctrico	1	3%
Flauta travesa	4	12%
Clarinete	0	0%
Saxofón	0	0%
Trompeta	0	0%
Trombón	5	15%
Otro(s)	6	18%
No responde	11	34%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 36. Frecuencia de práctica del(os) instrumento(s)

	Frecuencia	Porcentaje
De una a dos veces a la semana	5	12%
De tres a cinco veces a la semana	6	14%
Más de cinco veces a la semana	0	0%
No responde	31	74%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 37. Padres que les gustaría ayudar a su hijo a mejorar...perfeccionar

	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	33%
NO	1	3%
NR	27	64%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 38. Personas que les gustaría su hijo aprenda a tocar instrumento

	Frecuencia	Porcentaje
SI	41	98%

NO	0	0%
NR	1	2%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 39. Instrumentos que les gustaría sus hijos aprendan a mejorar...perfeccionar

	Frecuencia	Porcentaje
Guitarra (eléctrica y acústica)	25	29%
Organeta	19	22%
Batería	20	24%
Bajo eléctrico	4	5%
Flauta travesera	7	8%
Clarinete	1	1%
Saxofón	3	4%
Trompeta	0	0%
Trombón	0	0%
Otro(s)	6	7%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 40. Número de inscritos en la academia

	Frecuencia	Porcentaje
Una	30	72%
Dos	11	26%
Tres	0	0%
Más de tres	0	0%
No responde	1	2%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 41. Frecuencia con que asistiría a la academia

	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	12	29%
Dos veces a la semana	20	48%
Tres veces a la semana	3	7%
Cuatro veces a la semana	1	2%
Cinco veces a la semana	2	5%
No responde	4	9%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 42. horarios para asistir a la academia

	Frecuencia	Porcentaje
L- S: 8-12	6	14%
L- S: 2-6	27	64%

L- S: 6-10	0	0%
D y/o F: 8-12	2	5%
D y/o F: 2-6	3	7%
D y/o F: 6-10	0	0%
No responde	4	10%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 43. Zona de ubicación de la academia

	Frecuencia	Porcentaje
En el Centro	31	74%
En el Norte	10	24%
En el Sur	0	0%
En el Occidente	1	2%
Otro	0	0%

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 44. Frecuencia con que asistiría a la academia

	Frecuencia	Porcentaje
Prensa	17	22%
Radio	15	20%
Televisión	30	39%
Revista	5	7%
Otro(s)	9	12%

Fuente: Propia de la investigación