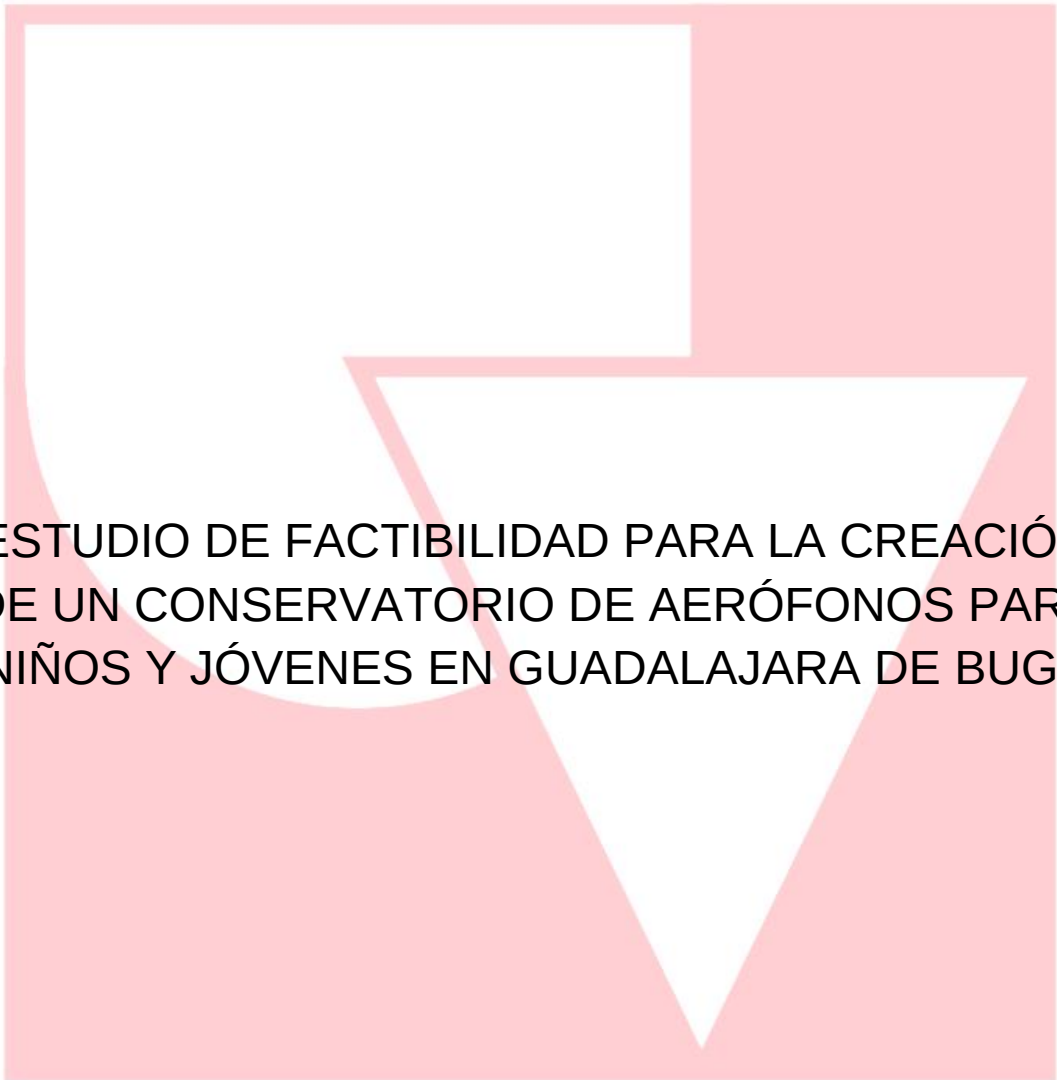


The logo of the University of Valle is a large, light pink square. Inside the square, there is a white stylized 'U' on the left and a white stylized 'V' on the right, which together form a larger, abstract shape. The text is centered over this logo.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN CONSERVATORIO DE AERÓFONOS PARA
NIÑOS Y JÓVENES EN GUADALAJARA DE BUGA

Universidad
del Valle

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CONSERVATORIO
DE AERÓFONOS PARA NIÑOS Y JÓVENES EN GUADALAJARA DE BUGA

ANGIE YURLEBY BEJARANO RODRÍGUEZ
MARÍA FERNANDA GARCÍA BENÍTEZ

Universidad
del Valle

UNIVERSIDAD DEL VALLE – SEDE BUGA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GUADALAJARA DE BUGA, COLOMBIA

2018.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CONSERVATORIO
DE AERÓFONOS PARA NIÑOS Y JÓVENES EN GUADALAJARA DE BUGA

ANGIE YURLEBY BEJARANO RODRÍGUEZ
MARÍA FERNANDA GARCÍA BENÍTEZ

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

PRESENTADO AL PROFESOR
JAIME AGUILAR MORENO
ECONOMISTA – MAGISTER EN ECONOMÍA APLICADA
COORDINADOR PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO
Mg. CÉSAR ROLDÁN SOTO

Universidad
del Valle

UNIVERSIDAD DEL VALLE – SEDE BUGA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GUADALAJARA DE BUGA

2018.

NOTA DE ACEPTACION

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Guadalajara de Buga, 04 de Mayo del
2018.

DEDICATORIA

A mi familia y amigos por apoyarme en todo momento, son ellos el motor de mi esfuerzo. Sin sus consejos, palabras de ánimo y cariño invaluable, ninguno de mis éxitos tendría razón de ser.

A todas las personas que con sus conocimientos y habilidades aportaron a elaborar de forma adecuada este trabajo

Angie Yurleby Bejarano Rodríguez

A Dios por la vida, la salud y el amor que me rodea, en sus manos pongo mi futuro profesional y personal, mis éxitos y a cada una de las personas que hoy me rodean.

Quiero dedicar este logro a mis padres por su tenacidad, por enseñarme a no rendirme y terminar cada cosa que comienzo, por su comprensión por sembrar en mí la semilla del bien, del amor, del respeto, de la responsabilidad, de la unión y de la lucha. A mi familia por inculcarme la importancia de estudiar, por su apoyo incondicional para el logro de mis sueños y a las grandes personas que han aportado en mi vida exigencia, excelencia y consejos para ser mejor cada día.

María Fernanda García Benítez

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a Dios por darnos la sabiduría y fuerza para culminar esta etapa tan importante a nivel académico.

También agradecer a nuestro Director de trabajo de grado Mg. Cesar Roldan Soto, por sus directrices a lo largo de todo este proyecto. Al igual que a los profesores que aportaron a nuestra formación integral con sus conocimientos.

A la Universidad del Valle, por brindarnos una educación integral, permitiéndonos fortalecer a nivel social e intelectual como profesionales.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	8
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
1.1.1 SISTEMATIZACIÓN.....	10
1.2 Síntomas y Causas	11
1.3 Pronóstico	12
1.4 Control Al Pronóstico	12
2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	13
2.1 Justificación Teórica.....	13
2.2 Justificación Metodológica	13
2.3 Justificación Práctica.....	13
3. OBJETIVOS	14
3.1 Objetivo General	14
3.2 Objetivos Específicos.....	14
4. MARCO DE REFERENCIA	15
4.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	15
4.2 Marco Teórico	16
4.3 Marco Conceptual	21
4.4 Marco Contextual	24
5 DISEÑO METODOLOGÍCO	25
5.1 Tipo De Estudio.....	25
5.2 Método de Investigación	25
6. MODULO DE MERCADO.....	25
6.1 ANALISIS DEL SECTOR	25
6.1.1 ENTORNO SOCIAL.....	26
6.1.2 ENTORNO CULTURAL	28
6.1.3 ENTORNO DEMOGRAFICO	30
6.1.4 ENTORNO MEDIO AMBIENTAL	33
6.1.5 ENTORNO ECONÓMICO	35
6.1.6 ENTORNO TECNOLÓGICO.....	38
6.1.7 ENTORNO JURIDICO	40

6.1.8 ENTORNO POLÍTICO	42
6.2 ANALISIS INTERNO	43
6.6.3 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS E.F.I.	48
6.4 ANALISIS EXTERNO	49
6.5 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS.....	53
E.F.E.	53
6.6 DIAMANTE COMPETITIVO	54
6.7 CINCO FUERZA DE PORTER	57
6.8 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	59
6.8.1 Competidores Locales	60
6.8.2 Competidores indirectos	62
6.8.3 Competidores a nivel regional y nacional.....	65
6.8.4 Matriz del perfil competitivo (MPC).....	70
6.8.5 LA MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (RADAR)	71
7. ANÁLISIS DE MERCADO.....	72
7.1 Mercado objetivo.....	72
7.1.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	72
7.1.2 PERFIL DEL COMPRADOR.....	73
7.2 ESTUDIO DE MERCADO	74
7.2.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO	74
7.2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	74
7.2.3 Tipo de investigación	75
7.3 Proceso de muestreo	75
7.4 Interpretación de resultados.....	78
7.4.1 Correlación de variables	91
7.5 Conclusiones de la investigación de mercados	92
7.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO	93
7.6.1 Posicionamiento de la marca	93
7.6.2 Estrategias del producto/servicio	95
7.6.4 Estrategia de plaza y distribución	96
7.6.5 Estrategia de promoción y fidelización.....	97
7.6.6 Estrategia de comunicación y publicidad	97

7.7 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO	98
7.9 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	100
7.10 Estrategia Organizacional	105
7.11 Matriz de estrategias FODA.....	106
7.12 Plan operativo (cronograma de actividades)	107
7.12 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	108
7.13 ASPECTOS LEGALES	109
8. MODULO FINANCIERO	112
8.1 PLAN DE INVERSIÓN	112
8.2 Financiación de la inversión	114
8.3 Proyección de ingresos.....	115
8.4 Costos de funcionamiento y gastos administrativos.....	115
8.5 Estado de resultados	116
8.6 Flujo de caja.....	116
8.7 Balance general	117
8.8 Evaluación financiera	119
Análisis de sensibilidad	120
9. CONCLUSIONES	121
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	123
ANEXOS	131
ENCUESTA – CREACIÓN DE UN CONSERVATORIO DE AEROFONOS EN GUADALAJARA DE BUGA.....	131
TARIFAS DEL REGISTRO MERCANTIL PARA EL AÑO 2018.....	130

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Oferta académica casa de la cultura 2018. Fuente: Casa de la Cultura Buga.....	63
Tabla 2 Población en edades de 5 a 19 años en la ciudad de Guadalajara de Buga 2015; Fuente: DANE, Elaboración propia.....	74
Tabla 3 Análisis de correlación de variables [1]. Fuente: elaboración propia.	91
Tabla 4 Análisis de correlación de variables [2]. Fuente: elaboración propia.	91
Tabla 5 Análisis de correlación de variables [3]. Fuente: elaboración propia.	92
Tabla 6 Programa de patrocinio, academia Sol y Luna. Fuente: Elaboración propia.	94
Tabla 7 Portafolio de servicios de academia Sol y Luna. Fuente: Elaboración propia.	95
Tabla 8 Presupuesto de mezcla de mercado. Academia Sol Y luna. Fuente: Elaboración propia.	98
Tabla 9 Matriz de estrategias FODA academia de música de Viento Sol y Luna.	106
Tabla 10 Cronograma de actividades, Inauguración academia de música Sol y Luna. Fuente: Elaboración propia.	107
Tabla 11 Activos fijos [Muebles y enseres]. Fuente: Elaboración propia.....	112
Tabla 12 Activos fijos [Equipos]. Fuente: Elaboración propia.....	112
Tabla 13 Activos corrientes [Instrumentos musicales]. Fuente: Elaboración propia	113
Tabla 14 Activo corriente [Diferidos]. Fuente: Elaboración propia.	113
Tabla 15 Capital de trabajo. Fuente: Elaboración propia.....	113
Tabla 16 Inversión total inicial. Fuente: Elaboración propia.	114
Tabla 17 Composición de la inversión. Fuente: Elaboración propia.	114
Tabla 18 Financiación. Fuente: Elaboración propia.	114
Tabla 19 Estado de resultados proyectado. Fuente: Elaboración propia.	116
Tabla 20 Flujo de Caja proyectado. Fuente: Elaboración propia.....	117
Tabla 21 Balance general proyectado. Fuente: Elaboración propia	118
Tabla 22 Cálculo del WACC. Fuente: Elaboración propia.....	119
Tabla 23 Evaluación Financiera proyecto. Fuente: Elaboración propia.....	119
Tabla 24 Análisis de sensibilidad escenario pesimista; caso[1]. Fuente: Elaboración propia.	120
Tabla 25 Análisis de sensibilidad escenario pesimista; caso[2]. Fuente: Elaboración propia.	120

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1 Evolución del PIB de Colombia y del Vale de Cauca, periodo 2000-2010. Fuente: DANE.	35
Figura 2 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 1]. Fuente: elaboración propia.	79
Figura 3 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 2]. Fuente: elaboración propia.	80
Figura 4 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 3]. Fuente: elaboración propia.	81
Figura 5 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 4]. Fuente: elaboración propia.	82
Figura 6 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 5]. Fuente: elaboración propia	83
Figura 7 Resultados obtenidos encuesta [pregunta 6]. Fuente: elaboración propia.	84
Figura 8 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 7]. Fuente: elaboración propia.	85
Figura 9 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 8]. Fuente: elaboración propia.	86
Figura 10 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 9]. Fuente: elaboración propia.	87
Figura 11 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 10]. Fuente: elaboración propia.	88
Figura 12 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 11]. Fuente: elaboración propia.	89
Figura 13 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 11]. Fuente: elaboración propia.	90
Figura 15 Instrumentos que se usaran en el desarrollo misional de la academia Sol y Luna. Fuente: Elaboración Propia.	100
Figura 16 Organigrama general academia de música Sol y Luna. Fuente: Elaboración propia.	108

Listado de Anexos

Anexos 1 Tarifas del registro mercantil para el 2018. Fuente: Cámara de comercio de Buga.....	133
Anexos 2 Derechos de matrícula y establecimientos, sucursales y agencias. Fuente: Cámara de comercio de Buga.....	133
Anexos 3 Demanda proyectada proyecto de creación de conservatorio. Fuente: Elaboración propia	134
Anexos 4 Amortización de gastos pre operativos y publicidad. Fuente: Elaboración propia.	134
Anexos 5 Depreciación de activos [1]. Fuente: Elaboración propia.....	134
Anexos 6 Depreciación de activos [2]. Fuente: Elaboración propia.....	134
Anexos 7 Depreciación de activos [3]. Fuente: Elaboración propia.....	134
Anexos 8 Gastos operacionales y otros. Fuente: Elaboración propia	135
Anexos 9 Gastos de administración y docencia.	135

RESUMEN

La economía naranja tiene un gran potencial en el mercado, es una propuesta alternativa basada en conocimiento, creatividad y cultura. Actualmente es posible cerrar brechas sociales con proyectos que oferten de bienes y servicios con posibilidad de acceso para todos los estratos socioeconómicos, por lo que emplear estrategias de integración social permite que personas que tienen la motivación de acceder a dichos bienes y servicios logren hacerlo.

El presente trabajo de grado presenta un estudio de factibilidad para la creación de un conservatorio de aerófonos en la ciudad de Guadalajara de Buga, el enfoque de este trabajo es permitir que niños y jóvenes de estratos 1,2 y 3 logren acceder a este servicio de educación musical en instrumentos de vientos es decir lograr la inclusión social. En primer lugar, se hace una revisión del marco de referencia, antecedentes investigativos, se realiza un análisis de entornos, se realiza un análisis interno y externo que permiten determinar la factibilidad de mercado, luego se presenta la estructura técnica, legal, organizacional y por último se realiza la evaluación financiera del proyecto. Se logra determinar que el proyecto es económicamente viable a través de la revisión de distintos escenarios, ya que los indicadores VPN y la TIR arrojan valores que sustentan la inversión.

Palabras clave: Economía naranja, mercado, creatividad, cultura, inclusión social, creación de empresas, academia de música, estudio de factibilidad.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones tradicionalmente crean el esquema de su negocio a través de la creación de valor económico sin embargo en la actualidad dicha estrategia no es suficiente, por lo que propuestas organizacionales tales como la integración de políticas de inclusión social han generado éxito y un impacto positivo en su entorno. De acuerdo con lo anterior, Korin, M (2013) sustenta que las empresas que deciden emprender en el campo de la inclusión deben generar espacios de empoderamiento individual y grupal (valor social) y por otro lado alcanzar la sostenibilidad, para que los ingresos permitan el funcionamiento de las prácticas misionales del emprendimiento escogido.

En el presente trabajo se presenta una idea de negocio que relaciona la economía naranja¹ con la inclusión social como propuesta de creación de empresa. Se realizó un estudio de factibilidad considerando todos los aspectos necesarios para la puesta en marcha de un conservatorio de aerófonos (Academia Sol y Luna) en la ciudad de Guadalajara de Buga. La idea de negocio consiste en brindar el servicio de formación en interpretación de instrumentos de viento a niños y jóvenes en edades de 5 a 19 años, de estratos 1,2 y 3 bajo la modalidad de patrocinio y pago. La modalidad de patrocinio permitirá que niños y jóvenes que no puedan pagar sus estudios lo puedan hacer gracias a alianzas público privadas que la academia Sol y Luna establezcan con personas en general, empresas y el estado.

Según Neville, H. et al. (2008) basándose en una revisión de diversos estudios encontró que, la apropiación de la música como proceso de formativo permite que los niños y jóvenes mejoren sus habilidades cognitivas, sociales y culturales. La adopción de programas de música como actividades extracurriculares en las personas desde temprana edad son altamente beneficiosos porque permiten el desarrollo psicomotor, cognitivo y emocional. Otros estudios afirman que el aprendizaje de interpretación musical junto a la práctica habitual desarrolla la memoria, la creatividad y las habilidades del lenguaje. (Xóchitl, Moveda & Zarzosa, 2014).

Por otro lado, es fundamental tener en cuenta el gran aporte que brinda la economía naranja para la comprensión y el desarrollo de proyectos creativos y culturales en el país, puesto que este sector ha venido presentando importantes avances y crecimiento dentro de la economía colombiana, a través de este tipo de economía se pueden obtener oportunidades y ventajas que resultan útiles para llevar a cabo

¹ La economía naranja es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. (Buitrago & Duque, 2013)

la investigación sobre la factibilidad de la creación de un conservatorio de aerófonos en la ciudad de Buga, lo cual hace parte del proyecto planteado.

Cabe mencionar que la esencia de la economía naranja está en la relación con la gente, en el conocimiento sociocultural, en la convivencia con la base social. Ese comportamiento del consumidor es un insumo importante tanto para producir ideas como para convertirlas en realidad. Como empresarios para mantenerse en este tipo de economía implica asumir el desafío para lograr la sostenibilidad económica, como cualquier empresa lo cual significa perder poco a poco el miedo a crecer, reconocer las tendencias de los mercados, considerar la inclusión social responsable como una ventaja competitiva, salvaguardar los aspectos jurídicos, producir ideas para despertar fidelización, recordación y experiencias innovadoras en el mercado generacional, vincularse a la promoción de productos y servicios para transformar las ideas en proyectos viables que son una fuente de esta economía en toda la cadena de valor.²

La estructura del documento es la siguiente: en la primera sección se aborda la formulación del problema, en la segunda parte se presenta la justificación de la investigación, en la tercera sección se definen los objetivos del proyecto, en el capítulo 4 se desarrolló el marco de referencia del trabajo de grado que incluye antecedentes investigativos, marco teórico, marco conceptual y marco contextual. Continuando con la estructura del documento en la sección 5, se presenta el diseño metodológico, en el capítulo 6 se presenta el análisis del sector interno y externo, incluye análisis de la competencia y el perfil competitivo, el capítulo 7 describe el análisis del mercado en donde se plantea el estudio de mercado aplicado por medio de encuestas, su interpretación y las estrategias creadas a partir de la revisión de la percepción de este servicio, en el capítulo 8 se desarrolló el estudio financiero en donde se revisa la factibilidad económica de la creación del conservatorio en Buga por medio de la simulación y análisis de los indicadores financieros obtenidos, para finalizar se presentan las conclusiones del estudio realizado. Por último, se presentan las referencias usadas en el desarrollo de éste trabajo.

²Bravo, Andrea. (s.f.). La economía naranja. Recuperado de: <http://clubdeejecutivos.com/la-economia-naranja/>

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Son pocas las personas que a lo largo de su vida sobre todo en las ciudades intermedias como Buga interpretan un instrumento, esto es debido a la falta de instituciones o escuelas de música que incentiven la atención hacia la cultura musical; de las 1.403 escuelas de música registradas oficialmente solo hay 4 en la ciudad; aparte de esto los colegios donde asisten no cuentan con muchos o variados instrumentos de viento que pueden utilizar un número significativo de estudiantes de acuerdo con la cantidad de estudiantes con los que cuenta el colegio.

Cada vez vemos más niños y jóvenes involucrados en crímenes ya sea como víctimas o haciendo parte de bandas criminales; es por esto que nuestra preocupación como estudiantes de administración de empresas y estudiante de música vemos la necesidad de crear un conservatorio que brinde la oportunidad a niños y jóvenes de la ciudad, ya que no se incentiva la parte cultural ni se incentiva el interpretar un instrumento musical.

El hecho de interpretar un instrumento requiere mucho tiempo, que ayuda a distraer a jóvenes y niños de sitios o vicios que los llevan a una vida deplorable, como también incentiva asistir a actividades culturales para aprender más sobre los temas, como también participar en estas actividades que lo enriquecen culturalmente y al mismo tiempo le brindan valores como disciplina, responsabilidad, respeto y amor por la música para ser un buen estudiante de esta disciplina; por otro lado, le permite desarrollar su inteligencia, destrezas, habilidades auditivas, y motricidad.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo determinar la factibilidad de crear un conservatorio de aerófonos en Guadalajara de Buga como una propuesta de impacto social?

1.1.1 SISTEMATIZACIÓN

- 1- ¿Cuáles son las características que tiene el mercado de enseñanza de interpretación musical en Guadalajara de Buga?
- 2- ¿Qué tipo de estructura organizacional y legal se requiere para la oferta de programas académicos de interpretación musical de aerófonos?
- 3- ¿Cuál es la factibilidad técnica legal y financiera de la creación de un conservatorio de aerófonos en Guadalajara de Buga?

1.2 Síntomas y Causas

Actualmente en la ciudad de Buga no vemos muchas instituciones educativas que incentiven la interpretación musical de manera avanzada y estructuralmente adecuada; son limitados los instrumentos y personas que interpretan instrumentos de vientos, en ese bajo porcentaje la mayoría son de la Universidad del Valle, que en estos momentos necesita muchos instrumentistas de viento sin tener un cupo de 2 personas para poder abrir cursos de instrumento para personas que no sean estudiantes de música.

La población total del municipio de Guadalajara de Buga para el año 2015 según proyección DANE es 115.234 que representan el 25,27% de la población departamental y 2,3% del país. Para el año 2014 fue de 115.432 habitantes presentándose una disminución 198 habitantes.

Actualmente en Colombia para el 2016 se han reportado 219.591 defunciones no fatales en el país. La distribución por sexo muestra que el 55,4% corresponde a hombres y el 44,6% a mujeres. El año 2017 se registra un acumulado de 98.546 defunciones con una distribución por sexos donde el 52,7% corresponde a hombres y el 47,3% son mujeres. Por otro lado, durante el 2015, el 18,8% de las personas de 15 años y más sufrieron al menos un delito para el total de 28 ciudades. Esto representa un aumento de 1,5 puntos porcentuales con respecto al 2014 donde la tasa de victimización fue de 17,3%. Al indagar por el hurto a residencias, el 3,1% de los hogares en las 28 ciudades reportó haber sufrido este hecho, lo cual representó un aumento de 0,5 puntos porcentuales con respecto al año anterior (2,7%).

El 11,3% de las personas de 15 años y más informaron haber sufrido hurto a personas al menos una vez durante 2015, para el total de 28 ciudades. Comparado con la medición del año anterior, esta tasa presentó un aumento de 0,8 puntos porcentuales. Del total de personas propietarias de algún vehículo, el 12,6% reportó haber sufrido un hurto a la totalidad o una parte o accesorio de su vehículo.

Con respecto a la tasa de riñas y peleas, 2,1% de las personas de 15 años y más informaron haber estado involucrados en este hecho durante 2015. Por último, para extorsión o intento de extorsión, la tasa se ubicó en 1,3%. Comparado con la anterior medición, este valor presentó un aumento de 0,3 puntos porcentuales (1,0% año 2014). Podemos decir con esto, que es preocupante el aumento de las muertes y sobre todo las causadas por criminales o vandalismo, llegando incluso a muchos crímenes en los cuales están involucrados hasta menores de edad.

A nivel de la ciudad de Buga se presentaron dentro de los rangos de las edades de 5 a 18 años 13 defunciones , para el año 2015 el total de la población fallecida fue

de 959 personas. Entre las lesiones comunes de los años 2012 a 2015 tenemos 244 en edades de 0 a 17 años. Siendo en el 2015 un total de 48 lesionados y 5 homicidios presentados en el rango de edad entre 5 a 19 años.

A parte de esto, la ciudad no cuenta con una pedagogía diferente para niños que les permita aprender un instrumento de viento de forma adecuada, la mayoría solo interpreta como considere o con la misma pedagogía con que se les enseña a los jóvenes; como también se comete el gran error de mezclar los estudiantes de distintas edades en una misma clase por el hecho de ser del mismo instrumento o categoría de instrumentos.

El poco presupuesto que se presenta para las instituciones públicas que prestan este servicio permite que sea para un limitado de personas debido al alto precio que tienen los instrumentos, o en caso contrario que se cuente con ello, pero sea para un limitado de personas o se trabaje con los instrumentos “que se puedan”. La única institución que tiene mayor capacidad para atender necesidades musicales es la universidad del valle; aunque esta también cuenta con poco instrumental y este solo es para los estudiantes de música, esto limita entonces a las personas que no están vinculadas como estudiantes a la universidad pero que desean entrar más adelante a la institución como estudiantes regulares.

Como también, se cuenta con pocos sitios de esparcimiento cultural que permitan el funcionamiento de estos eventos y ensayos; entre los pocos que están son el teatro municipal, la Universidad del Valle. Y entre otros que se utilizan para estos eventos culturales como parques e instituciones educativas (coliseos o patios).

1.3 Pronóstico

Si la ciudad tomara conciencia de lo importante que es la cultura musical, y más la interpretación de un instrumento para desarrollar destrezas y aptitudes que nos pueden ayudar a complementar la educación que ven en las instituciones, los niños aprenderían cada vez más; si se pensara que aumentar o fortalecer los programas musicales que se tiene con docentes adecuados para el tema.

1.4 Control Al Pronóstico

Frente a esta problemática sería conveniente tener un programa que incentive la cultura musical, interpretación musical de manera temprana en los niños que les ayude a crear una distracción sana para su vida diaria; resulta imprescindible fomentar la cultura musical a los niños, para que aprendan algo “diferente” a lo que las instituciones tradicionales enseñan, no solo para que consideren hacer una

carrera a fin con esto, sino también para que interpreten un instrumento e incentiven la cultura desde jóvenes y puedan transmitirlo a los demás.

2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Justificación Teórica

La investigación busca mediante la aplicación de teorías y conocimientos musicales por parte del programa propuesto complementar el estudio que tienen hoy en día los niños y adolescentes a través del aprendizaje musical básico y la interpretación de instrumentos de vientos por parte de los niños y adolescentes que les ayude a desarrollar habilidades que les ayuden y complementen la educación.

2.2 Justificación Metodológica

El estudio que se plantea se justifica desde el marco metodológico dado que se emplearan métodos cualitativos porque está enfocado a un mercado poco explorado en la ciudad de Buga y es importante identificar los requerimientos técnicos para generar el aprendizaje de instrumentos de viento.

En cuanto a los métodos cuantitativos son fundamentales porque a través de ellos se determina la viabilidad financiera del proyecto por medio de una evaluación económica y financiera.

2.3 Justificación Práctica

El tema de estudio planteado requiere para su desarrollo la implementación de nociones administrativas, financieras, organizacionales entre otras para determinar la factibilidad del proyecto por lo que corresponde al contexto de formación del programa académico de Administración de empresas.

El emprendimiento es hoy en día una alternativa muy relevante en el campo profesional porque reúne de muchas áreas del conocimiento para lograr gestionar los recursos y procesos de la manera más adecuada con el objetivo de articular las bases suficientes para alcanzar y sostener el éxito de un negocio. En ese orden de ideas, los estudios de factibilidad son una herramienta indispensable que permiten de una manera pragmática generar valor de manera más articulada ya que con un correcto análisis del contexto social, económico y cultural se potencializa la capacidad de entender las necesidades del entorno, permitiendo con ello atender aquellos mercados que son explorados parcialmente o incluso que aún no son descubiertos.

73. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un conservatorio de aerófonos para niños y jóvenes entre los 5 y 19 años en la ciudad de Guadalajara de Buga.

3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio del entorno y del mercado de Guadalajara de Buga para identificar factores que influyen en el proyecto.
- Desarrollar un estudio técnico, administrativo y legal para definir el tipo de estructura organizacional y jurídica del proyecto.
- Determinar la factibilidad financiera y económica del conservatorio de aerófonos para niños y jóvenes en Guadalajara de Buga.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el presente trabajo de grado, se revisaron distintos trabajos académicos con características similares de formulación. A continuación, se presenta la descripción de dichos trabajos:

España & Molina (2013) realizaron un estudio de factibilidad para la apertura de una escuela de música, diseñaron una metodología basándose de teorías administrativas de creación de empresa. Identificaron el mercado, realizaron un estudio, administrativo, jurídico, legal y económico del proyecto. El análisis de los indicadores establecidos por los autores logró determinar la factibilidad de la puesta en marcha de la escuela de música, ya que tanto el marco administrativo, legal y financieros daban el soporte para la creación de la organización.³

Alvear et al. (2013) proponen la creación e implementación de un Conservatorio Superior de Música en la ciudad de Guayaquil, con la idea de formar profesionales integrales en música con alto nivel académico y artístico. Los autores decidieron determinar la localización del conservatorio con la medición de la preferencia de los estudiantes, además toman en cuenta otros factores como tipo del terreno, costos, etc. También realizaron una encuesta para determinar el grado de interés de la población por estudiar música, el resultado arrojó que el 74% de las personas encuestadas aceptó la idea de estudiar música como su profesión. Dicha encuesta fue realizada en la mayoría de Los conservatorios y Escuelas de Música existentes en Guayaquil, para determinar la factibilidad del proyecto se realizó un estudio de rentabilidad del proyecto, en el cual se tuvo en cuenta las posibles inversiones, costos, ingresos, gastos, financiación del cual resultó que el Conservatorio tenía una TIR del 27.29% además de otros indicadores que permitieron concluir la factibilidad de la creación del conservatorio superior de música.⁴

Ascanio & Vanegas (2016) presentaron una propuesta para la creación de una academia de música infantil. Los autores desarrollaron el estudio de factibilidad para el desarrollo de este tipo de empresa, se presentó través del estudio de mercado que en general la población tiene un alto grado de aceptación a la creación de este

³ España & Molina (2013). Estudio de factibilidad para la apertura de la escuela de música de Comfenalco - Cartagena al público en general (Tesis de pregrado). Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia.

⁴ Alvear et al. (2013). Proyecto de inversión para la creación de un conservatorio superior de música en la ciudad de Guayaquil (Tesis de pregrado). Escuela superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador.

tipo de organizaciones. El mercado objetivo de la academia son niños entre 4 y 12 años de edad en distintas modalidades, se pronosticó la demanda, la oferta, el precio de venta, canales de distribución, publicidad y promoción. De igual manera, en el estudio técnico se determinaron los requerimientos necesarios para el funcionamiento de la organización; en el estudio administrativo y legal se diseñó el tipo de conformación de la empresa, en el estudio financiero y la evaluación económica se plasmó la inversión necesaria, se proyectaron los ingresos y egresos, que permitió conocer la rentabilidad y viabilidad económica del proyecto, en la evaluación social y ambiental se analiza el impacto del estudio, cuyos resultados fueron favorables para la creación de la academia musical infantil.⁵

4.2 Marco Teórico

Teoría del Emprendimiento

Según Rodrigo Varela “El empresario es la persona o conjunto de personas capaces de percibir una oportunidad y ante ella formular, libre e independientemente, una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha la empresa, que además de crear valor incremental para la economía, genera trabajo para él y muchas veces, para otros”.⁶

Plan de negocios

Para todo empresario es requerido formular y desarrollar un plan de negocios, según Julio Flórez Andrade aporta que “Un plan de negocio es un documento escrito que establece todo lo inherente a su razón social y económica y la idea que subyace en un negocio, explicando las variables claves para el éxito o fracaso, que ayudará a prepararse para diferentes situaciones que pueden ocurrir, generando que se cristalicen los sueños y las esperanzas que lo motivan a emprender su proyecto”⁷

⁵ Ascanio & Vanegas (2016). Propuesta para la creación de una academia musical infantil en el municipio de rio de oro para incentivar el arte y la capacidad auditiva de las nuevas generaciones (Tesis de pregrado). Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Ocaña, Colombia.

⁶ Varela, R. (2008). Creatividad e Innovación empresarial. Bogotá: Pearson de Colombia.

⁷ Flórez. J. (2007). Cómo crear y dirigir la nueva empresa. Bogotá: Ecoe ediciones. 200p.

Evaluación de proyectos

Para poder llevar a cabo el plan de negocios de la creación de un conservatorio de aerófonos, se debe analizar lo que define Gabriel Baca Urbina mediante su estructura del plan de empresa, propone que “para evaluar un proyecto se debe realizar un estudio de mercado, un estudio técnico, un estudio económico, la evaluación económica y el análisis y administración del riesgo”⁸

Análisis del plan de la empresa

En este apartado, según Rodrigo Varela señala que “se debe realizar un análisis del mercado, un análisis técnico, un análisis administrativo, un análisis legal, ambiental y social, un análisis económico, un análisis de valores personales, un análisis financiero, un análisis de riesgos e intangibles, un análisis de la evaluación integral y por último un análisis del documento final”⁹.

Las fuerzas de Porter

Para fortalecer el estudio de mercado se tuvo en cuenta el modelo de las cinco fuerzas, propuesto por una de las mayores autoridades de la estrategia empresarial Michael Porter, donde se debe analizar la amenaza de entrada de nuevos competidores, la rivalidad entre los competidores, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores y la amenaza de ingreso de productos sustitutos.¹⁰

La Gestión Cultural

El sector la cultura ya tiene definido sus propias lógicas como campo laboral sostenible, es por eso que la gestión cultural es entendida como una profesión con altos estándares de rigurosidad tanto en su formación académica como en su desarrollo y aplicación laboral. El subsector de la música en medio de su complejidad laboral, productiva, de entretenimiento y de producción simbólica, también se encuentra inmerso en las mencionadas lógicas. Teniendo en cuenta - y a manera de hipótesis - que la música se entiende como una actividad profesional de carácter independiente, se hace necesario que el músico del siglo XXI tenga competencias en gestión de su propio talento y de su propio conocimiento técnico y teórico, en temas como los derechos de autor, la gestión cultural, el emprendimiento, el marketing y el mercadeo, etc. Temas altamente relacionados con la gestión cultural dirigida hacia la comercialización de sus productos o

⁸ Baca, G. (2001). Evaluación de proyectos. México D.F. Mc Graw Hill.5-9p.

⁹ Varela, R. (2008). Creatividad e Innovación empresarial. Bogotá: Pearson de Colombia. 323-327.

¹⁰ Ayala, L. & Arias, R. (s.f.). “el modelo de las cinco fuerzas de Porter”. Recuperado de: <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc063.htm>

servicios, toda vez que tocar bien un instrumento ya no es la única forma de subsistir en el mundo laboral musical.¹¹

Análisis de mercado

Un estudio de mercado consiste en realizar un análisis del mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad. Se debe evaluar en cuanto al costo beneficio que cada una de estas variables pudieran tener sobre la rentabilidad del proyecto¹².

El análisis de mercado es una herramienta con la que se puede esbozar el perfil de los clientes, conocer sus fortalezas y debilidades frente a la competencia, y diseñar las estrategias que le permitan hacerse a un lugar en su área de negocios. Este análisis revela particularmente si el entorno es favorable o no y consiste en analizar el macroentorno el cual consta de varios factores que son externos del proyecto que pueden ser de alcance o afectación global, tales como: económicos, socio-culturales, políticos y legales, tecnológicos y ambientales, que se deben estudiar para identificar cuales podrían representar una oportunidad o una amenaza para el proyecto, así como también podrían facilitar o dificultar el ingreso al mercado o incluso si se debe cambiar el rumbo de las decisiones para disminuir el riesgo de inserción. El microentorno se compone de variables externas circunscritas al mercado en el cual se va a competir ya que influyen de manera determinante en la inserción en el mercado estas son: los clientes, los competidores, los proveedores, el objetivo principal es definir estrategias de posicionamiento para el proyecto respecto a la competencia, bien puede ser por diferenciación a bajos costos u otras características, así como anticipar las reacciones de tales competidores frente a la captación de clientes, se debe reconocer en los competidores aspectos como: cuántos son, dónde están ubicados, cuáles son sus portafolios de servicios o productos etc., estas variables se deben estudiar para identificar las fortalezas y debilidades para el proyecto¹³.

Las conclusiones del estudio de mercado requieren ser expresadas de manera cuantitativa en cuanto al nivel de servicio, precio etc., también se debe tener en

¹¹ Velasco, Edwin rey. (2017). Estudio de caso en Cali y Medellín Colombia. Gestión cultural aplicada a la música independiente.

¹² Orjuela, S. & Sandoval, P. (2002). Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos. Recuperado de: [\[https://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf\]](https://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf)

¹³ Colección empresa. (2013).. El Tiempo. Colombia (pp. 9 - 16)

cuenta las características del servicio, así como de las materias primas, la tecnología y las características de la mano de obra que se requiera.

Análisis técnico

El análisis técnico permite proponer y analizar un conjunto de opciones y relaciones entre variables de tecnología, costos, rendimiento, distribución y tamaño, para escoger la alternativa que represente la situación óptima que permita desarrollar el producto o brindar el servicio deseado¹⁴.

Según Prieto (2009), el objetivo de realizar un estudio técnico para un proyecto consiste en¹⁵:

- ✓ Verificar la posibilidad técnica de brindar el servicio que se pretende.
- ✓ Analizar y determinar el tamaño y la localización óptima, los equipos y las instalaciones a utilizar y la organización requerida para ofrecer el servicio.

A través de este estudio lo que se busca básicamente es dar respuesta a los interrogantes ¿Cuánto, Dónde, Cómo y Con qué? producirá el proyecto al prestar el servicio que se plantea, haciendo buen uso de los recursos disponibles para obtener el servicio deseado según lo indica Córdoba (2011)¹⁶. Todo lo anterior hace referencia a la forma en como operará y funcionará el proyecto planteado.

La información que surgirá tanto del análisis técnico junto con la de otros análisis como el de mercados a través del cual se conoce la demanda del servicio que se ofrece, así como del financiero que permite conocer la disponibilidad de los recursos económicos con los que se cuenta etc., estos análisis resultan importantes para ayudarnos a determinar la viabilidad del proyecto.

Análisis económico

El estudio económico o análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, así como el costo total requerido en su periodo de operación, este análisis consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico en términos de cantidad de materia prima necesaria y cantidad de desechos del proceso, cantidad de mano de

¹⁴ Arango, A. (2014) Importancia de un estudio técnico de un proyecto. Recuperado de:

http://www.academia.edu/8770204/IMPORTANCIA_ESTUDIO_T%C3%89CNICO

¹⁵ Prieto, J. (2009). Proyectos: enfoque gerencial. Colombia: Ecoe Ediciones.

¹⁶ Córdoba, M. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia: Ecoe Ediciones.

obra directa o indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria, etc., deberán aparecer en forma de inversiones y gastos.

La esencia del estudio económico es el análisis de cientos de cifras monetarias que a su vez son la base para el cálculo de la rentabilidad de la inversión¹⁷.

Se debe determinar el monto de inversión total, el cual se sintetiza en tres elementos: inversión fija: son todas aquellas que se realizan en bienes tangibles que se utilizan para el proceso productivo o que sirven de apoyo, inversión diferida: la constituyen todos los servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto y capital de trabajo: lo constituyen el conjunto de recursos en forma de activos corrientes, necesarios para la operación normal de un proyecto durante un ciclo productivo y el tiempo en que será realizado. Analizar costos y gastos incurridos tiene como propósito mostrar el monto total anual de costos y gastos que implicaría la operación normal del proyecto durante un periodo de tiempo. Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto: se refiere a la información de carácter monetario que resulta de la operación de una empresa en determinado periodo de tiempo. Ambos presupuestos proporcionan una estimación de entrada y salida de efectivo; útil para la realización del Estado de Resultados (Estado de Pérdidas y Ganancias) y punto de equilibrio para posteriormente se le da paso a la Evaluación económica del proyecto en sí¹⁸.

Análisis de riesgos

El riesgo se puede medir cuando toda la evaluación financiera está basada en el pronóstico de una serie de variables, cuyo comportamiento no es totalmente predecibles. Cuando hay variables externas al proyecto, que no se pueden controlar. Ej. Inflación, devaluación, clima, estabilidad jurídica. No se dispone de toda la información, se debe hacer supuestos. En la Incertidumbre: Se conocen los posibles resultados, pero no se puede asignar una probabilidad a la ocurrencia del hecho. Y en el Riesgo: Se conocen los posibles resultados y si se puede se puede asignar una probabilidad a la ocurrencia del hecho¹⁹.

¹⁷ Capítulo 4: Estudio Económico. (s.f.). Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/eva-elePro/4.pdf>

¹⁸ Gómez. A. (s.f.). III Estudio Económico - Financiero. Facultad de Economía – UNAM. Recuperado de: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>

¹⁹ Sarmiento, J. (2013). Evaluación de riesgo. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/decisiones/Julio/presentaciones/Riesgo.pdf>

4.3 Marco Conceptual²⁰

- Según Buitrago, Felipe (2013) define la **economía naranja** como el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Este universo está compuesto por áreas relacionadas con la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y las áreas de soporte para la creatividad.²¹
- **Música:** El término música tiene su origen del latín “música” que a su vez deriva del término griego “mousike” y que hacía referencia a la educación del espíritu la cual era colocada bajo la advocación de las musas de las artes. Puede decirse que la música es el arte que consiste en dotar a los sonidos y los silencios de una cierta organización. El resultado de este orden resulta lógico, coherente y agradable al oído.
- **Aerófonos:** Los Aerófonos, también conocidos y designados como instrumentos de viento pertenecen a una familia de instrumentos musicales que se caracterizan por producir el sonido a través de la vibración de la columna de aire que se halla en su interior, es decir, dentro del tubo, sin la necesidad de intervención de cuerdas o de membranas y sin siquiera que el instrumento vibre por sí mismo, o sea solamente requieren del uso del viento para interpretarse de manera conforme y por caso es que también se los llama como instrumentos de viento.
- **Vientos madera:** En los instrumentos de viento madera, la vibración del aire dentro del tubo produce el sonido. La longitud del tubo determina la altura del sonido. Aunque agrupados en el grupo de maderas, porque en su origen se construían de madera; en la actualidad, algunos de estos instrumentos se construyen en metal. No obstante, se siguen clasificando dentro de las maderas por su timbre y su sonido característico.
- **Vientos metal:** Los instrumentos de viento-metal son todos aquellos instrumentos hechos de metal que se tocan soplando y vibrando los labios

²⁰ Real Academia Española. (s.f.). Recuperado de: <http://www.rae.es/>

²¹ Buitrago, Felipe. (2013). ¿Sabes qué es la economía naranja?. Recuperado de: <https://www.uexternado.edu.co/estudios-del-patrimonio-cultural/sabes-que-es-la-economia-naranja/>

a través de una boquilla como son la trompeta, la trompa, el trombón y la tuba.

- **Estudio musical básico:** consiste en el contenido general de la teoría musical junto con la interpretación del instrumento elegido. Consta principalmente de lectura de partituras, solfeo, piano complementario e instrumento.
- **Partituras:** La partitura es aquel texto parcial de una composición u obra musical, en la cual se representa a uno de los instrumentos o voces que integran la obra completa, es decir, habrá tantas partituras como instrumentos y voces haya, el pianista tiene la suya, el trompetista otra y así sucesivamente.
- **Extracurricular:** Se conocen como actividades extracurriculares a aquellas que no se circunscriben estrictamente a los programas curriculares vigentes, sino que son una apertura a las necesidades culturales, deportivas o artísticas de la comunidad, abriendo la escuela al mundo y sus necesidades presentes
- **Ensamble musical:** Estas clases están dirigidas a todos aquellos que tengan un grupo de música de cámara, ya sea instrumental, vocal o mixto, y quieran perfeccionarse en la ejecución de las obras. La exigencia es unificar y buscar de manera constante la uniformidad del sonido a las intensidades, vibrato, dinámica, ataques, respiraciones, etc., entre instrumentos muy distintos, lo cual favorece el desarrollo del sentido del diálogo y, como última finalidad, al de la comunicación.
- **Clases de instrumento:** Se refiere a clases individuales con duración de una hora a tres dependiendo del instrumento que la persona escoja, con el fin de afianzar los conocimientos y la interpretación de su instrumento ya sean vientos-cañas o vientos-maderas.
- **Solfeo:** Se llama solfeo al proceso y el resultado de solfear. Este verbo, a su vez, se refiere a cantar una canción diciendo las notas y marcando el compás. El lenguaje musical y solfeo, por lo tanto, es una forma de entrenamiento que desarrolla con el objetivo de aprendizaje entonación mientras se lee una partitura. En este camino, no sólo practicar la entonación, pero también ganan destreza para leer partituras rápidamente.

- **Estudio de factibilidad:** El análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.²²
- **Investigación de mercados:** La recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.²³
- **Conservatorio:** Es un establecimiento en el que se imparten clases relacionadas con las artes. Aunque la mayoría se centran en la música, también hay algunos en los que se imparten clases de danza, canto y declamación.
- **Omisión censal:** La diferencia entre la población realmente enumerada y la existente constituye la “omisión censal” que, en algunos casos, puede ser de cierta consideración sobre todo en ciertos grupos de edad (menores de un año por ejemplo) o en grupos de menor nivel cultural (por ejemplo ciertos, grupos étnicos, población dispersa, etc.). Con el fin de cuantificar esta misión, algunos países realizan una enumeración postcensal, por muestreo, no sólo para obtener dicha medida sino también para juzgar la calidad de la información recolectada.²⁴
- **Marketing:** es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización²⁵

²² Luna, R. (1999). Manual para determinar la factibilidad de proyectos. Puerto Cabezas, Nicaragua: PROARCA: Programa Ambiental Regional para Centroamérica. 1999. 69 p

²³ Muñiz, Rafael. (s.f.). Marketing en el siglo XXI. 5ta edición. Capítulo 3: investigación de mercados. Recuperado de: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

²⁴ Arias de Blois, J. (s.f.). Censo de población. Biblioteca virtual en población centroamericano de población. Recuperado de: <http://ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/13/censos.htm>

²⁵Thompson, I. (2009). ¿Qué es marketing? Recuperado de: <http://www.marketingintensivo.com/articulos-marketing/que-es-marketing.html>

4.4 Marco Contextual

A nivel mundial la música es muy importante en el ámbito cultural y social. Tiene diferencias entre los géneros y los instrumentos que se interpretan dependiendo del país y la cultura; haciendo de este tema algo demasiado amplio y diverso.

La economía colombiana es cada día más diversa y los sectores de la economía como el sector cultural y el sector del entretenimiento cobran cada día más importancia. La música es sin duda el sector cultural colombiano que más demanda genera en el exterior. La lista de músicos colombianos que son reconocidos y apreciados mundialmente en la actualidad es un reflejo de lo que está pasando. También a Colombia están viniendo de gira bandas que hace 20 años ni hubiéramos soñado.²⁶

Cuando se hace referencia en cuanto a la educación musical básica que deberían de recibir los niños o adolescentes, esto implica considerar los diferentes criterios educativos teniendo en cuenta además la variedad de estudios que se han realizado al respecto para saber cuáles son los puntos o criterios más adecuados. Lo que se puede obtener de manera clara y limpia de todo ello es que, independientemente de la edad, el estudio de la música es muy beneficioso para el desarrollo intelectual y cognitivo pues favorece el progreso de ciertos aspectos emocionales y mentales que no pueden ser desarrollados mediante otras actividades habituales que realizan los niños.

La riqueza musical colombiana no sólo se refleja en la variedad de expresiones propias de la geografía nacional, sino también en la gran cantidad de festivales y fiestas que a lo largo y ancho del país que se realizan todos los años en todos los meses del calendario, donde los eventos musicales ocupan un lugar central. Este tipo de encuentros no sólo contribuyen preservando y desarrollando la tradición musical y fortaleciendo identidades regionales, sino que identifican a Colombia como un país de festivales. Resulta interesante el hecho de que en nuestro medio –según la UNESCO, en la mayoría de los casos, los artistas en Colombia recurren a actividades alternas, como los músicos de formación académica, quienes en la docencia encuentran un complemento de la actividad creadora, además de actividades como la contratación estatal en cargos públicos. Estas ocupaciones de los músicos profesionales en Colombia, de alguna manera reflejan un campo de

²⁶ La industria musical colombiana. (24 de enero del 2011). El Tiempo. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-8796661>

acción limitado, en tanto no resaltan actividades relacionadas directamente con una industria cultural musical.²⁷

5 DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Tipo De Estudio

Esta investigación se realizará a partir de un estudio de tipo descriptivo dado que se requiere conocer aspectos relacionados con las características del mercado, identificando el perfil del cliente, también lo referente a la parte organizacional y legal que resulta importante para llevar a cabo la creación del conservatorio de aerófonos enfocado en el segmento para niños y jóvenes de Guadalajara de Buga.

También es necesario que el estudio tenga un enfoque cuantitativo puesto que es importante determinar y calcular la inversión y la rentabilidad del proyecto, así como de analizar los posibles factores que puedan tener incidencia en el mismo.

5.2 Método de Investigación

Para la realización de este estudio es necesario el uso del método deductivo, puesto que se requiere de la descripción y el análisis del perfil del cliente a través del uso de encuestas y entrevistas, también resulta importante el análisis de los diferentes aspectos relacionados con la inversión, la rentabilidad y los factores que pueden incidir en el estudio de factibilidad del proyecto.

6. MODULO DE MERCADO

6.1 ANALISIS DEL SECTOR

Los servicios educativos en este caso la educación musical se encuentra dentro de las grandes ramas de actividad económica en el sector de servicios sociales, comunales y personales; este durante el año 2017 según datos del Banco de la Republica aportaron un 9,47% en el producto interno bruto²⁸. Es así como se

²⁷ Corredor, E & Ramírez, J. (2009). Diagnóstico de la situación musical en Colombia. Revista de ciencias sociales. Comunicación, cultura y política. Recuperado de: journal.ean.edu.co/index.php/revistai/article/download/636/633

²⁸ Producto interno bruto. (2017). Banco de la Republica. Recuperado de: <http://www.banrep.gov.co/es/pib>

posiciona en un segundo lugar de importancia para las actividades económicas colombianas.

Todas las empresas e instituciones sin importar a que se dediquen están rodeadas de un macro-entorno el cual no se puede controlar y cuesta prever sobre este mismo pero que sin duda sus cambios y dinámicas pueden afectar de manera positiva o negativa sobre todas las instituciones, ya sea de manera directa o indirecta; podemos ver que hay variables económicas, sociales, culturales, tecnológicas y otras que podrían afectar el proyecto, por ello analizaremos a profundidad cada una de estas variables para identificar aquellos factores que benefician o afectan al proyecto.

6.1.1 ENTORNO SOCIAL

Se parte de la connotación de que todo arte tiene un componente social. Pierre Francastel en su libro Sociología del arte dice: “Se considera que el artista traduce, mediante su lenguaje particular, una visión del mundo propia de la totalidad de la sociedad en la que vive”, “el artista pertenece a la sociedad en la cual vive”²⁹ En este sentido el transcurso de lo político, geográfico y económico de una región afecta de manera directa la cultura, la creación y el pensamiento artístico. Ya que hacen parte de los planes de gobierno departamental definidos por los límites territoriales basados en la geografía de un país.

El impacto que tendría el conservatorio de instrumentos de viento sería positivo, al asumir responsabilidad con cada niño y adolescente que conforme la sociedad. Esto debido a que les brindara la oportunidad a todos los niños de la ciudad y sectores cercanos de que aprendan sobre música y a interpretar un instrumento musical.

La música se vuelve entonces un aspecto social importante puesto que representan por medio de diseños creativos hechos en partituras los hechos folclóricos de la ciudad o región ya que pertenecemos a una sociedad que trasmite a través del tiempo por tradición con fuerza y vivacidad por esto se vuelven populares convirtiéndose en el patrimonio más querido de la ciudad o región. También son funcionales, porque se identifican con la vida espiritual, material, social y económica de la comunidad. Regionales por cuanto se localizan en una determinada región y expresan en los modos y circunstancias locales, una dimensión de espacio de relación universal³⁰

²⁹ Francastel, P. (1998). Sociología del Arte. Buenos Aires: Alianza editorial 1981. p.18. 14

³⁰ Ocampo, J. (2004). Música y folclor de Colombia. Plaza y Janes Editores p. 12. Recuperado de:

<https://books.google.com.co/books?id=6a2eCfBXfQYC&printsec=frontcover&dq=musica+colombiana&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjj->

Llevando este aspecto a algo más local; dentro de la ciudad de Buga disfrutan diferentes mezclas musicales de las diferentes regiones del país entre las cuales se suelen escuchar e interpretar música folclórica como lo son la cumbia siendo el baile central y representativo, de la costa pacífica el currulao, de la región andina el bambuco y joropo; pasando a la música actual se interpreta con frecuencia la salsa representando el fuerte artístico de esta región por tener la capital mundial de la salsa; por otro lado, mencionando ya el punto de ¿Qué tipo música les gusta a los habitantes de la ciudad de Buga? Se puede decir que entre sus preferencias siempre se encuentra la salsa; todo lo demás es una mezcla entre los discos más representativos de las otras regiones, como también de la música más representativa a nivel mundial o la que más escucha su círculo social o bien ya sea los grupos que lo influyen en sus gustos musicales.

El conservatorio tendrá sostenibilidad debido al gran mercado que se tiene en la ciudad, ya que la mayoría de las instituciones siendo pocas y que prestan estos servicios son incompletos o poco ejecutados, permitiendo con este nuevo servicio que se piensa ofrecer mejorar el desarrollo personal de los niños y así fácilmente proyectar la comunidad a un mejor desarrollo cultural y social. Por otro lado, se beneficia a la comunidad universitaria que necesita sus prácticas profesionales para complementar su educación y la educación de los niños y adolescentes dentro del programa, también alimentar la cultura de la comunidad por medio de las actividades o muestras artísticas que se piensan hacer, y en últimas a los mismos niños y adolescentes que complementaran su educación con los programas que queremos ofrecer.

La organización aparte de preocuparse por la responsabilidad social mantiene sus utilidades a través primero de contratos con otras instituciones para prestar este servicio, con la inversión de las matrículas y clases, como también de los eventos dentro de la agenda cultural que se piensa llevar a cabo. El conservatorio no perjudicará el medio en el que se encuentra la comunidad, como también se busca un sitio adecuado para no incomodar con el sonido de la música o diseñar cubículos dentro del espacio en el que se van a desarrollar las actividades.

Entre la capacidad de influencia que tiene el conservatorio de instrumentos de vientos o aerófonos, estos programas buscan tener diversidad cultural en cuanto la música y artes, disminuir el desempleo sobre todo para los estudiantes de música, pensando en que el colegio más grande de la ciudad está empezando a hacer énfasis en esta área aumentando el nivel de educación para las personas que busquen aspiraciones para seguir estudios superiores o complementar sus

habilidades en un instrumento. La organización tendrá un gran impacto en el desarrollo humano y de la comunidad a la que está enfocada ya que cumple con los derechos fundamentales para la enseñanza y promoción de la cultura.

6.1.2 ENTORNO CULTURAL

La música cambia la vida de los niños y adolescentes, ya que les brinda un cambio a sus emociones y esta se puede manifestar en estados conscientes e inconscientes, un sonido reconfortante y alegre para ellos los puede alegrar e incentivar para que lo interpreten en su instrumento.³¹

El valor de la enseñanza musical en los niños es grande debido a que esta complementa su educación, le ayuda a obtener mayor responsabilidad, independencia en sus actividades de estudio ya que un niño puede tener ayuda y guía de su maestro, pero la capacidad para ejecutar no la podrá tener nadie más que el si quiere ejecutar bien el instrumento; es así como la música crea una costumbre de estudio constante y disciplina tanto en la educación básica del niño como en la de su instrumento.

Entre los comportamientos y capacidades que desarrolla el niño están³²:

- El movimiento por el cual mide el ritmo de la música la cual interpretará.
- Con las melodías que interpreta o escuche de las canciones desarrollara la sensibilidad, afecto e imaginación.
- La armonía le permitirá desarrollar una agudeza auditiva que le ayudará a la hora de interpretar y medir las melodías que escuche para después ejecutarlas.
- También con la imaginación que desarrolle en la música tendrá parte en su creatividad para interpretar, escuchar, desarrollar piezas musicales.

No se trata solo de formar músicos, tratamos es de que los niños encuentren o busquen mejorar su potencial, como también ser más sociables al tener un grupo donde lo pueden hacer y sentirse bien. Al estar rodeado de niños de diferentes

³¹ León, J. (2011). El poder de la música: plenitud, buena salud y gozo espiritual. Página 48. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=eI_ZD8UBUZsC&pg=PA48&dq=la+m%C3%BAsica+en+los+ni%C3%B1os&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwir4NOrl_nYAhVog-AKHd5kBU8Q6AEISzAl#v=onepage&q=la%20m%C3%BAsica%20en%20los%20ni%C3%B1os&f=false

³² Vargas, A. (2006). Música y literatura para niños. Página 17 y 18. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=g7U8Ra-5BkgC&pg=PA16&dq=la+m%C3%BAsica+en+los+ni%C3%B1os&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwir4NOrl_nYAhVog-AKHd5kBU8Q6AEIJTAA#v=onepage&q=la%20m%C3%BAsica%20en%20los%20ni%C3%B1os&f=false

edades crea un valor de tolerancia a la diversidad y al respeto por los demás, como también le enseña a trabajar en equipo.

En los patrones de consumo, las familias que suelen estar más cercanas a estas actividades suelen ser por gusto hacia la música y otros por el estilo de vida que llevan -cabe destacar que en algunos países es normal interpretar un instrumento como parte de su estudio de primaria o secundaria- es así como se crea mayor tendencia a interpretar instrumentos musicales en algunos sitios que en otros. Como también existe tendencia a interpretarlo por referencias de amigos o familiares, cuando se tienen un círculo social que disfruta de estas actividades se suele acercar a esto por interés, gusto o simplemente para desarrollar una actividad productiva.

En la fuerza de trabajo que tenemos el entorno cultural de los profesores y estudiantes de música es más estricto y disciplinado como su campo de estudio más extenso y especializado, se busca para los niños y adolescentes que la aprenden el gusto por ella y los incentivos de presentaciones para que se sientan felices con sus actividades, de forma opcional un estudio más constante si desea estudiar más a fondo esta disciplina. Como punto importante el aspecto que más se busca desarrollar a la hora de enseñar música es crear un punto de “distracción” donde el niño se aleje de actividades que le resulten tóxicas para su desarrollo como persona en sociedad, como lo suelen ser las drogas y el vandalismo; la mayoría de docentes busca que el niño se enfoque en participar en variadas actividades culturales, que se “integre” con el resto de los niños a ver el lado de las artes y como esto puede enriquecer tanto su persona como complementar el estudio que él tiene, es así como se busca enfocar a los niños en actividades que desarrollen todas las capacidades y oportunidades que pueden tener y les sirvan como experiencia para más adelante.

La ciudad de Buga, Valle hace parte ahora de la Red de Pueblos Patrimonio, una plataforma de gestión que busca potenciar el patrimonio cultural colombiano y su proyección mediante el turismo, y de este modo generar más oportunidades de desarrollo y sostenibilidad para sus comunidades.

Los municipios de la Red reciben recursos y respaldo para mejorar su promoción y competitividad. El que esta población haga parte de la Red de Pueblos Patrimonio, se constituye en una valiosa herramienta para aumentar su capacidad turística y promover la llegada de visitantes tanto nacionales como internacionales a la población.

Buga (oficialmente Guadalajara de Buga) está situada en la parte plana del Valle del Cauca, a 60 kilómetros de Cali. Es la quinta ciudad en importancia entre los 42 municipios de ese departamento, solo superada por Cali, Buenaventura, Palmira y Tuluá.

Tiene cuatro Bienes de Interés Cultural – BIC – declarados por el Ministerio de Cultura como de ámbito nacional según la Ley 163 de 1959: Su centro histórico, la antigua estación del Ferrocarril, el Teatro Municipal y la casa de hacienda La Julia.³³

Lo anterior nos ayuda a ver que la cultura de la ciudad de Buga se debe mejorar, debido a las altas visitas que recibe actualmente la ciudad tanto de personas de todo el país como del mundo que vienen a visitar de primer plano lo religioso por ser lo más representativo, pero también esto representaría una ventaja para ofrecerles muestras culturales diferentes que les gusten a los turistas. Un ejemplo de esto es el aprovechamiento que tienen las filarmónicas o bandas de la ciudad que se preparan para hacer una muestra cultural durante las procesiones y actividades de semana santa, esto con el objetivo de mostrar las actividades que ellos hacen y de participar en algo tan importante como es la semana santa en Buga.

Se busca entonces que el conservatorio pueda aprovechar también esta ventaja de la ciudad para publicitar las actividades llevadas a cabo con muestras musicales a los turistas como también en las actividades culturales de la ciudad; esto con el objetivo de mostrar el proyecto a la ciudad y que puedan aprovecharlo.

6.1.3 ENTORNO DEMOGRAFICO

Guadalajara de Buga se encuentra ubicado en un punto estratégico al estar en la zona centro del Valle del Cauca, ubicada cerca de la cordillera central, sobre el margen derecho del río Guadalajara recorriendo la ciudad de oriente a occidente, a 74 km de la ciudad Santiago de Cali la capital del departamento, y a 126 km del puerto de Buenaventura, el más importante del occidente colombiano; otorgándole a la ciudad una posición de conexión estratégica³⁴.

Límites del municipio de Guadalajara de Buga³⁵:

- Al Norte Limita con el Municipio de San Pedro, por el perímetro rural por la Quebrada Presidente, desde su nacimiento en la Cordillera Central hasta su desembocadura en el Río Cauca.
- Al Nordeste, con el Municipio de Tuluá, por el Río Tuluá hasta el nacimiento en el Páramo de Barragán en la Cordillera Central.

³³ Buga ingresa a la red de pueblos patrimonio.(8 de agosto del 2013). Colombia. Recuperado de: <http://www.colombia.co/visita-colombia/pueblos-patrimonio/Buga-ingresa-a-la-red-de-pueblos-patrimonio/>

³⁴Buga. (s.f.). Cámara de comercio. Descripción física de Buga. Recuperado de: <http://www.ccBuga.org.co/Buga>

³⁵ Buga. (s.f.). Cámara de comercio. Descripción física de Buga. Recuperado de: <http://www.ccBuga.org.co/Buga>

- Al Sur, con el perímetro rural de Guacarí, por el Río Sondo desde su nacimiento en la Cordillera Central hasta su desembocadura en el Río Cauca.
- Al Oriente, con el departamento del Tolima, por la sierra alta de la Cordillera Central desde el nacimiento del Río Tuluá hasta un punto frente al nacimiento del Río Sonso.
- Al Sudeste, con el Municipio de Ginebra. Al Occidente, con el perímetro rural del Municipio de Yotoco, por el Río Cauca desde la desembocadura del Río Sonso hasta la Quebrada de Presidente. Por el Sur Oriente con el Municipio de Cerrito.

Coordenadas planas X = 923 M Y = 1.086.500 M

Extensión total: 832 Km²

Extensión área urbana: 16.2 Km²

Extensión área rural: 816 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 969

Temperatura media: 23° C

Distancia de referencia: 57 Km a Santiago de Cali

Entre el entorno demográfico tenemos en la ciudad de Guadalajara de Buga³⁶

Densidad de población: 139361 (Hab/Km²)

Tasa Bruta de natalidad: 19.46% (%)

Tasa Bruta de mortalidad: 0 (%)

Tasa de crecimiento: 0.99% (%)

Esperanza de vida al nacer (años)

Hombres: 56812

Mujeres: 59137

Habitantes en el municipio

No. Habitantes Cabecera: 99458

No. Habitantes Zona Rural: 16488

Tasa de analfabetismo zona rural 0%

Tasa de analfabetismo zona urbana 4%

Total: 115946

³⁶ Indicadores de la ciudad, año 2011. (27 de agosto de 2014). Alcaldía de Guadalajara de Buga, valle del cauca. Recuperado de: <http://www.guadalaradeBuga-valle.gov.co/indicadores.shtml#poblacion>

Dentro de la ciudad de Buga, se observa que las personas en el exterior tienen un porcentaje de:

Del total de hogares de Buga el 8,2% tiene experiencia emigratoria internacional. Del total de personas de estos hogares residentes de forma permanente en el exterior el 59,4% está en España, el 21,1% en USA y el 2,5% en Venezuela.³⁷

Cifras de Migración Colombia dan cuenta del fenómeno que se presenta con Venezuela, pues hasta hace tres años era común que ciudadanos colombianos buscaran quedarse allá y desde mediados del año pasado la situación es al revés.

La nueva realidad colombiana se ha convertido en un imán que atrae cada día más extranjeros que buscan nuevas oportunidades en el país. De la buena gestión del tema migratorio dependerá que el país le saque mejor provecho a este nuevo escenario.

La situación política y social de Venezuela está alcanzando niveles críticos. Esto ha motivado al Gobierno a analizar los distintos escenarios en que se moverá la relación binacional, en caso de que la situación del país vecino siga empeorando.³⁸

Indicadores dentro del Valle del Cauca³⁹

Tamaño de la población: 4.613.377 (durante el año 2015)

Tasa de natalidad: 369607 (2010-2015)

Tasa de mortalidad: 136,525 (2010-2015)

Tasas de inmigración y emigración: inmigración -2,644 (2010-2015)

Esperanza de vida: 75,33 (2010-2015)

Tasas de alfabetismo: en el Valle del Cauca se entrevistaron a 3.178.081 personas, de las cuales 3.033.918 saben leer y escribir correspondiendo al 95.5%, el resto 144.163 (4.5%) son analfabetas. Sin embargo, en algunos municipios esta cifra asciende o supera la media nacional del 6.9%, causando un gran impacto en las

³⁷ Boletín: censo general 2005. Perfil Buga, valle del cauca. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/valle/Buga.pdf>

³⁸ Los restos de Colombia con el aumento de su inmigración. (25 de mayo del 2017). Revista Dinero. Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/inmigracion-y-emigracion-en-colombia-aumentan-en-2017/245750>

³⁹ DANE, investigaciones sobre la población en el valle del cauca, estimación para el 2022.

zonas urbana y rural, el 4.2% de los vallecaucanos del área urbana es iletrados, mientras que en la zona rural es el 6.9%.(encuesta nacional de vida 2008) ⁴⁰

Indicadores de Colombia⁴¹:

Tamaño de la población: 48.202.617

Tasa de natalidad bruta: 18,88

Tasa de mortalidad bruta: 5,80

Tasas de inmigración neta: -1,59

Esperanza de vida, 75,22 %Tasas de alfabetismo⁴²: 98,55%

ANALISIS

Podemos ver que la población va en un gran crecimiento, siendo mayor las mujeres que los hombres y su esperanza de vida crece también, significando esto un menor índice de mortalidad para la población. En cuanto a la tasa de migración es menor, y la educación ha mejorado teniendo mayor cobertura en la educación básica y secundaria para la población, teniendo un alto porcentaje de personas que saben leer y escribir. Podemos ver con esto entonces, que la población que viene es mayor debido a las tasas de natalidad aumentadas y las tasas de mortalidad reducidas que hay frente a los años anteriores. Y ya que el nivel de educación ha aumentado, se puede lograr un aumento hacia la educación musical, ofreciendo el servicio que nosotros queremos dentro de la ciudad y sectores cercanos.

6.1.4 ENTORNO MEDIO AMBIENTAL

En el entorno ambiental se tiene que tomar en cuenta que para la población en general el proceso de formación generará contaminación auditiva porque se suele asociar el sonido permanente de las prácticas como molestias a la comunidad, sin embargo dicha contaminación auditiva dependerá de la sensibilidad de cada persona. A partir de una cierta magnitud de una práctica sonora, las personas se

⁴⁰ Plan sectorial de educación 2012 – 2015. (2012). Secretaría de Educación Departamental, Gobernación del Valle del Cauca. Recuperado de: www.valledelcauca.gov.co/educacion/descargar.php?id=10231

⁴¹ Población y principales indicadores de Colombia. (s.f.). Imebu. Recuperado de: http://www.imebu.gov.co/web2/documentos/observatorio/demografia/indicadores_demograficos_2020.pdf

⁴² Mejora la tasa de alfabetización en Colombia. (s.f.). Expansión, Datos macro.com. disponible en: <https://www.datosmacro.com/demografia/tasa-alfabetizacion/colombia>

sienten molestas.⁴³ Es por esto por lo que la organización se debe de preocupar por la instalación de cubículos en el sitio de prácticas musicales para no molestar a las personas que estén alrededor de las instalaciones, como también los horarios adecuados para no interrumpir horas de descanso de los habitantes cercanos.

Por otro lado, buscamos lograr el consumo de los estudiantes de una forma sostenible en cuanto a los instrumentos, cañas, metrónomos, instrumentos de cuerda y otros que se elaboran en madera. Ya que estos perjudican de cierta forma al ser un consumo de recursos naturales; se busca vincular la organización a comprar productos sostenibles o en otro material; como en el caso de las cañas que se pueden hoy obtener en material sintético. Creando entonces así un consumo crítico o social que es una actitud diaria que consiste en elegir de manera meticulosa lo que compramos sobre la base de dos criterios: la historia del producto y la conducta de la empresa productora, señalándole al sistema los métodos productivos que aprobamos y los que condenamos.⁴⁴

La empresa buscará entonces:

- Actuar de acuerdo con la legislación ambiental, las normas y las directrices aplicables, atendiendo a los patrones de excelencia en sistemas de gestión ambiental.
- Minimizar los impactos ambientales, en este caso la tala de árboles que es de mayor impacto buscando la mayoría de recursos de material ecológico.
- Minimizar la generación de residuos de cualquier naturaleza (producción más limpia), asegurando una gestión responsable y segura, y dar prioridad, siempre que sea posible, a reutilizar y reciclar materiales. Por ejemplo, la reutilización del papel que no sirva disminuyendo su uso y utilizando uno fabricado ecológicamente.
- Prevenir los riesgos ambientales, ocupacionales y patrimoniales, con finalidad de evitar desastres tanto para el medio como para las personas vinculadas a los servicios que se piensan prestar. Si no se toman las medidas preventivas puede ocurrir.
- Realizar auditorías ambientales periódicas, con el objetivo de analizar la eficiencia del control de las prácticas ambientales y el cumplimiento de las políticas ambientales de la organización.

⁴³ La contaminación acústica. ¿Qué es el ruido?. (2004). Ecologistas en acción. Recuperado de: <https://www.ecologistasenaccion.org/article5350.html>

⁴⁴ Consumo responsable para el desarrollo sostenible. (s.f.). Gestipolis. Recuperado de: <https://www.gestipolis.com/consumo-responsable-para-el-desarrollo-sostenible/>

6.1.5 ENTORNO ECONÓMICO

- **PIB:**

La economía colombiana creció alrededor del 2% para el año 2016 y se espera un crecimiento similar para el año 2017. Esta evolución precaria se debe, a la incidencia del comportamiento de los precios del petróleo y a los efectos de la reforma tributaria que golpeó la demanda interna. La economía vallecaucana experimento un crecimiento del 2,7%, para el año 2016, por encima de la nacional, a pesar de ser una región golpeada por las crisis venezolana y ecuatoriana a donde el departamento históricamente ha exportado.⁴⁵

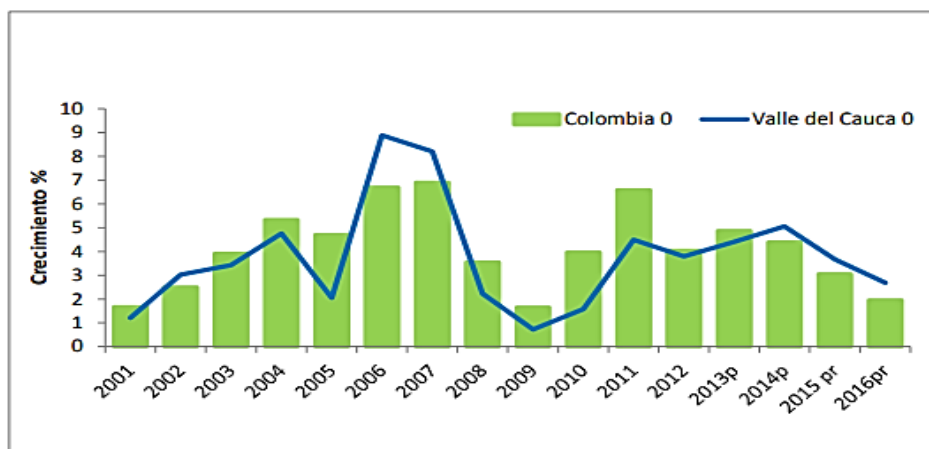


Figura 1 Evolución del PIB de Colombia y del Vale de Cauca, periodo 2000-2010.
Fuente: DANE.

Según el País Cali, la económica colombiana creció 1,2% en el primer semestre del 2017, el PIB del Valle del Cauca habría repuntado 1,8% en igual periodo, según el indicador mensual de actividad económica del Valle (Imae). En el segundo trimestre el Producto Interno Bruto (PIB) del departamento habría variado 1,7% y en todo el primer semestre 1,8 %.⁴⁶

⁴⁵ Pedraza & Taborda. (2018). Estudio Socioeconómico de la Zona Buga y Área Jurisdicción. Cámara de comercio de Buga. P 32-33. Recuperado de: http://www.ccBuga.org.co/sites/default/files/descargas/2018/Informe%20Economico%20de%20la%20Zona/INFORME_ECONOMICO_DE_LA_ZONA_BUGA_Y_JURISD.pdf

⁴⁶ Economía del Valle habría crecido en el primer trimestre del año. (28 de agosto del 2017). El país. Recuperado de: <http://www.elpais.com.co/economia/del-valle-habria-crecido-1-8-en-primer-semester-de-este-ano.html>

- **Empleo:**

En cuanto al análisis de la cantidad de empleo generado en la ciudad de Buga, según el anuario los consolidados en la variación porcentual entre el 2014 y 2015, un crecimiento del 5,4% pasando de 31796 empleos a 33507. Presentando un porcentaje de empleo del 59,82%. Pero los consolidados en la variación porcentual entre 2016 y 2017 decreció el 1,96% pasando de 35.572 empleos a 34.875. Cabe resaltar que Buga es el municipio que concentra mayor porcentaje de empleo con 54,8%.⁴⁷

- **IPC:**⁴⁸

La variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC) para este año (2018), según los pronósticos, estará en el rango meta fijado por el Banco de la República entre 2 % y 4 %. En su Plan Financiero de 2018, el Ministerio de Hacienda proyectó un 3,3 %, mientras los analistas consultados por la Encuesta Mensual de Expectativas Económicas del Emisor la ubicaron en 3,46%.

- **Inflación**⁴⁹

La inflación anualizada mantuvo su corrección a la baja, pues en la medición a noviembre era de 4,12 %, en línea con lo esperaban los analistas de mercado, que proyectaron una tasa anual de inflación un poco menor (4,01 %). Por grupos de gasto, lo que más presionó el costo de vida de los colombianos durante el año pasado, fueron los rubros de diversión (7,69 %); educación (7,41 %); comunicaciones (6,43 %); salud (6,34 %); transporte (4,52 %) y la vivienda (4,49 %). Por estratos, las familias de ingresos bajos tuvieron un aumento en el costo de vida del 3,69 % durante el año pasado, mientras el indicador para los ingresos altos fue 4,62 % y en las familias de ingresos medio el registro fue de 4,23 %.

⁴⁷ Pedraza & Taborda. (2018). Estudio Socioeconómico de la Zona Buga y Área Jurisdicción. Cámara de comercio de Buga. P 32-33. Recuperado de: http://www.ccBuga.org.co/sites/default/files/descargas/2018/Informe%20Economico%20de%20la%20Zona/INFORME_ECONOMICO_DE_LA_ZONA_BUGA_Y_JURISDICCION.pdf

⁴⁸ Arias, Ferney. (2018). Inflación en Colombia en 2017 fue de 4.09%, este año sería 3.46%. El colombiano. Recuperado de: <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/inflacion-colombia-en-2018-FN7971700>

⁴⁹ Arias, Ferney. (2018). Inflación en Colombia en 2017 fue de 4.09%, este año sería 3.46%. El colombiano. Recuperado de: <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/inflacion-colombia-en-2018-FN7971700>

El costo de vida en Colombia, durante febrero de 2018, llegó a un 0,71% mensual, quedando por debajo de las expectativas de los analistas del mercado; indicador que se vio estimulado principalmente por el grupo Educación que varió 5,85%. Este porcentaje está sustentado en el aumento de las pensiones escolares que fue del 7,94%; seguido de las matrículas de educación básica, media y vocacional que aumentaron un 6,87% y otros gastos educativos que también sufrieron un alza de 5,39%.⁵⁰

- **Salario mínimo:**

El salario mínimo que regirá en Colombia para el 2018 será de \$781242, lo que representa un incremento del 5,9%. También habrá un aumento del 6,1% para el auxilio de transporte pasa de \$83.140 a \$88.211. “Esto beneficiara a más de 2.5 millones de trabajadores y pensionados que devengan el salario mínimo” añadió el Presidente Santos.⁵¹

- **Impuestos.**⁵²

Según el DANE, de enero a noviembre de 2017 se logró juntar \$128.7 billones; lo que se traduce en un incremento del 7.8% a comparación de 2016, cuando el recaudo al onceavo mes del año se consolidó en \$119.4 billones de pesos.

Si se habla de los impuestos recogidos producto de las actividades económicas realizadas al interior del país, se estima que el recaudo en esta materia ha sido de **\$109.3 billones, 7.4% más que en 2016** cuando se logró juntar **\$101.8 billones**, por lo que el capital restante, \$19.4 billones, obedece a las actividades de comercio exterior, que también presentaron un incremento del 9.9%. El desempeño del IVA se explica principalmente, por el incremento de la tarifa general que pasó del 16% al 19%; por el desempeño de la economía en lo corrido del año, por los resultados de la gestión de la DIAN, que desde comienzos del año ha venido adelantando campañas de cobro y de control del tributo y por los efectos de tipificar como delito penal en la Ley 1819 de 2016, la conducta de no cobrar el IVA.

⁵⁰ Inflación en febrero varió 0,71% impulsada por los costos de pensiones estudiantiles. (3 de mayo del 2018). Revista Dinero. Recuperado de: <http://www.dinero.com/economia/articulo/inflacion-en-febrero-de-2018-segun-el-dane/256073>

⁵¹ Así quedó el salario mínimo para el 2018 en Colombia. (30 de diciembre del 2017). El país. Recuperado de: <http://www.elpais.com.co/economia/salario-minimo-2018-asi-quedo-el-aumento-en-colombia.html>

⁵² 2017 ha sido un año de crecimiento e recaudo de impuestos para Colombia. (12 de diciembre del 2017). El espectador. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/economia/2017-ha-sido-un-ano-de-crecimiento-en-recaudo-de-impuestos-para-colombia-articulo-728082>

- **Economía Naranja:**

Es importante mencionar que las industrias creativas cada día toman una mayor relevancia para el desarrollo y el crecimiento económico del país. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la denominada “economía naranja”, que abarca a las actividades relacionadas con la producción creativa aportan el 3.3% al Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia, superando a sectores tradicionales de crecimiento que en los últimos años han mostrado un menos dinamismo.⁵³

Las siguientes cifras muestran el crecimiento que vienen teniendo segmentos como el de la música (9,3%), el audiovisual (15%) o las artes escénicas (29,9%) y, por otro, las iniciativas del sector privado y el público para posicionar a la economía naranja como un referente en la región.⁵⁴

La información anterior representa una oportunidad para impulsar la viabilidad del proyecto propuesto, ya que en Colombia este tipo de industria ha demostrado una evolución que al ser nueva podría posicionarse como uno de los mercados más potenciales y productivos del país.

6.1.6 ENTORNO TECNOLÓGICO

Actualmente existen muchas alternativas para aprender a tocar un instrumento musical en especial los instrumentos de viento, dado que anteriormente solo se podría acceder a este conocimiento a través de clases presenciales en el aula con docentes o instructores expertos en música así como de recurrir al uso de libros e incluso teniendo contacto directo con estos instrumentos. Pero como estamos en un mundo que está en constante cambio en cuanto a las nuevas tecnologías que van surgiendo cada día, las TIC han contribuido a generar toda una revolución en la forma de relacionarnos y en la forma de hacer las cosas, por lo que el proceso de aprendizaje en instrumentos musicales también se ve influenciado por la tecnología.

⁵³ Colombia ocupa el puesto 52 entre 141 países exportadores de servicios creativos. (17 de noviembre de 2017). Portafolio. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/colombia-ocupa-el-puesto-52-entre-141-paises-exportadores-de-servicios-creativos-511727>

⁵⁴ La economía naranja comienza a ganar relevancia en el PIB. (18 de diciembre del 2017). Portafolio. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/la-economia-naranja-comienza-a-ganar-relevancia-en-el-pib-512683>

Por lo que podemos mencionar aplicaciones como QuickTime o el plug-in de Flash, que se pueden descargar en cualquier dispositivo móvil, pues ofrecen un servicio para tocar instrumentos virtuales como: flauta, flauta de pan, clarinete, saxofón entre otros, con esta aplicación se puede componer o realizar audiciones musicales con los alumnos sin necesidad de contar con el instrumento físico en clase, además permite generar actividades con otros objetivos musicales: lectura de notas, de ritmo, ejercicios de oído, de composición, de forma, se puede proyectar el instrumento a estudiar donde se evalúa paso a paso sobre los puntos difíciles de la melodía a aprender, etc., también se puede aprender a tocar el trombón por medio de la aplicación Pocket Trombone de iBone que ofrece diversidad de funciones desde un móvil⁵⁵.

Por otro lado, es importante hacer referencia al libro Apps para músicos. “El aprendizaje musical a través de sus principales aplicaciones” de Jame Day edición 2018, colección: taller de música, Jame Day (Jaime Dairon Muñoz Ruiz) es pianista, pedagogo y divulgador TIC. Comienza su andadura en el mundo de las tecnologías aplicadas a la educación musical con su conocido blog Apps para músicos, tras finalizar el título Superior en Pedagogía, comienza una intensa actividad investigadora (Master en e-Learning y Redes Sociales), demuestra que la tecnología, la innovación y el mundo audiovisual ejercen un papel fundamental en la formación de los músicos del siglo XXI.

El libro va dirigido para alumnos principiantes, padres con interés en que su hijo se inicie en la música, profesores de música, etc., con el avance de las modernas tecnologías, se ve abocados a una nueva manera de entender su enseñanza por lo que a través de este libro contiene un abanico de aplicaciones móviles que pueden hacer del aprendizaje de la música una experiencia enriquecedora. También contiene desde Apps para iniciarse en la música, como estimulación musical prenatal hasta despertar el oído musical, aprender a tocar instrumentos de viento entre otros a través de la Apps para complementar los estudios en la mejora de la lectura, entonación, el oído y el sentido del ritmo, Apps para mejorar las clases en los profesores, introducir el móvil al aula hasta propuestas metodológicas en el aula de clase⁵⁶.

⁵⁵ Viñas, M. (2011). Instrumentos musicales virtuales para el aula de música. Totemguard. Recuperado de: <https://www.totemguard.com/aulatotem/2011/10/instrumentos-musicales-virtuales-para-el-aula-de-musica/>

⁵⁶ Apps para músicos. (s.f.). El Argonauta la librería de la música. Recuperado de: <https://www.elargonauta.com/libros/apps-para-musicos/978-84-947917-2-7/>

En el año pasado Yamaha lanzó al mercado el Venova es un tipo completamente nuevo de instrumento que ofrece la expresividad de un instrumento de viento, que utiliza un sistema de digitación tan simple como el de una flauta dulce. Fácil de mantener y extremadamente resistente, el Venova es compacto y ligero de peso, lo que le permite disfrutar de la música en cualquier lugar. Un portavoz de Yamaha declaró: "El Venova es un instrumento único, que es divertido de tocar y ofrece una nueva forma de que la gente se acerque a la música. La innovadora tecnología de tubos ramificados marca un verdadero paso adelante para el diseño de instrumentos de viento; un instrumento de caña simple que ofrece una amplia gama de capacidades expresivas. El uso de un sencillo sistema de digitación tipo flauta dulce hace que Venova sea fácil de aprender y de tocar"⁵⁷.

Al hacer buen uso de las TIC e implementarlas, estas contribuyen a orientar los procesos pedagógicos en cuanto a la formación en aerófonos, facilitando el aprendizaje de los alumnos a demás que es una gran alternativa de apoyo virtual para complementar el estudio de los instrumentos en físico, así como de realizar mejoras modernizando estos instrumentos.

6.1.7 ENTORNO JURIDICO⁵⁸

- ***Acuerdo No.003 de 2016, "POR MEDIO DEL CUAL SE OTORGAN ESTIMULOS TRIBUTARIOS PARA PROMOVER LA INVERSIÓN, EL DESARROLLO ECONÓMICO Y LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN EL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA".***

En donde se acuerda: CAPITULO 1 ESTIMULOS PARA LA CREACIÓN E INSTALACIÓN DE EMPRESAS NUEVAS Se concede un estímulo tributario sobre el impuesto de industria y comercio, y el impuesto predial, hasta por 10 años, a las nuevas empresas de servicios, comerciales, agrícolas e industriales que se instalen físicamente en el municipio a partir de la fecha de sanción y el 31 de diciembre de 2025 y cumplan con los siguientes requisitos: Artículo 1:

- A. Para las microempresas nuevas que creen entre 5 y hasta 10 empleos estarán exentos durante 10 años el 80% sobre los impuestos, industria y comercio y predial unificado. Y un 20% adicional si del total del personal contratado, el 20% son personas en situación de discapacidad, mujeres cabeza de hogar, grupos étnicos minoritarios, personas con edad superior a 35 años, grupos vulnerables, profesionales y jóvenes de nuestro municipio. (Ley 1429 de 2010 art.9 – Ley 1622 de 2013 art.8).

⁵⁷ Venova la vida con la música. (5 de Abril del 2017). Yamaha. Recuperado de: https://es.yamaha.com/es/news_events/2017/venova.html

⁵⁸ Acuerdo No.003 de 2016. (2016) Consejo de Buga p. 1 a la 10.

El valor de los activos invertidos por la empresa en el municipio de Guadalajara de Buga, no podrá ser inferior a 60 (SMMLV).

- B.** Para las pequeñas empresas nuevas que creen entre 11 y hasta 50 empleos estarán exentos durante 10 años. El valor de los activos invertidos por la empresa en el municipio de Guadalajara de Buga, no podrá ser inferior a 100 (SMMLV).
- C.** Para las medianas empresas nuevas que creen entre 51 y hasta 100 empleos estarán exentos durante 10 años. El valor de los activos invertidos por la empresa en el municipio de Guadalajara de Buga, no podrá ser inferior a 120 (SMMLV).
- D.** Para las empresas nuevas constituidas que creen más de 100 empleos, estarán exentas del impuesto durante 10 años. El valor de los activos invertidos por la empresa en el municipio de Guadalajara de Buga, no podrá ser inferior a 150 (SMMLV).

CAPITULO 2 CONDICIONES, REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS PARA BENEFICIARSE DE LA EXONERACIÓN

Artículo 2:

- A.** El personal contratado por la empresa, debe estar contratado por contrato laboral, a término indefinido o fijo.
- B.** Como mínimo el 80% del personal contratado debe ser residente en la ciudad de Buga, certificado por Sisben o entidad competente.
- C.** La empresa debe encontrarse a paz y salvo con el municipio y exenta de multas y sanciones para solicitar la exoneración.

CAPITULO 4 LIMITACIONES, PROHIBICIONES Y SANCIONES

Artículo 8: Si dentro del proceso de fiscalización tributaria se comprueba que el contribuyente hizo uso del estímulo tributario, no cumplió con los requisitos previstos en el acuerdo se revocara de manera inmediata y definitiva el estímulo tributario y tendrá que cancelar el impuesto.

Párrafo 2: El incumplimiento de lo anterior, la empresa tendrá que devolver lo correspondiente al valor objeto del beneficio por esos mismos periodos.

- **Ley 115 de Febrero 8 de 1994:**⁵⁹

ARTICULO 1o. Objeto de la ley. La educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes. La presente Ley señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de servicio público.

ARTICULO 2o. Servicio educativo. El servicio educativo comprende el conjunto de normas jurídicas, los programas curriculares, la educación por niveles y grados, la educación no formal, la educación informal, los establecimientos educativos, las instituciones sociales (estatales o privadas) con funciones educativas, culturales y recreativas, los recursos humanos, tecnológicos, metodológicos, materiales, administrativos y financieros, articulados en procesos y estructuras para alcanzar los objetivos de la educación.

6.1.8 ENTORNO POLÍTICO⁶⁰

Dentro del entorno político se desarrollarán proyectos de gran alcance y que involucren a toda la población, dichos proyectos están contemplados en el plan de desarrollo del actual gobierno y se ejecutara entre el año 2016-2019.

Entre estas políticas están:

- **Política de infancia y adolescencia:** Los niños, niñas y adolescentes en Guadalajara de Buga son reconocidos como sujetos titulares de derechos y como personas integrales capaces de participar en la vida pública y en el desarrollo del país. Sus derechos son prevalentes, lo que obliga a todo el Estado a velar por el bienestar y la garantía material y efectiva de ellos en armonía con la Convención Internacional de los Derechos del Niño, la Constitución Política y la Ley 1098 de 2006, Código de la Infancia y la Adolescencia. A su vez, mediante la Ley 1295 de 2009 se reglamenta la

⁵⁹ Ley 115 de Febrero 8 de 1994. Recuperado de:

https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf

⁶⁰ Plan de desarrollo 2016 – 2019. (2016). Alcaldía de Buga. Recuperado de:

<http://guadalajaradeBuga-valle.gov.co/apc-aa->

files/61363232346165636539353630653537/pdm-2016-2019_opt.pdf

atención integral de los niños y las niñas de la primera infancia de los sectores clasificados como 1, 2 y 3 del SISBEN.⁶¹

6.2 ANALISIS INTERNO

GUÍA DE ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE					
EMPRESA/ORGANIZACIÓN: <u>CONSERVATORIO DE AERÓFONOS</u>					
<u>ENTORNO SOCIAL</u>					
El entorno social lo constituyen todos aquellos elementos que afectan a todas las organizaciones situadas en un mismo espacio y existentes en un mismo tiempo. Los elementos que lo constituyen son difíciles de clasificar, entre estos se pueden incluir los económicos, políticos, legales, tecnológicos, socioculturales, educativos, demográficos, medio ambiente, entre otros. Entre todos definen un marco global que puede ser más o menos adecuado para la actividad económica de la empresa. Por ejemplo, el entorno general de un país subdesarrollado ofrece un mayor número de dificultades para la actividad económica que le dé un país avanzado (desarrollado).⁶²					
VARIABLE	D/F	DM	dm	fm	FM
No cubrir con las expectativas de los padres en la enseñanza y resultados	Debilidad: Los programas de iniciación musical suelen ser largos pero dinámicos en su teoría para los niños, una muestra musical puede demorar entre 4 a 6 meses desde que se empieza, todo esto debido a la formación básica que se debe implementar antes de que el estudiante pase a la práctica instrumental que le permitirá tener una muestra para sus padres.	x			

⁶¹ Política de infancia y adolescencia, Ley 1098 de 2006. (2006). ICBF. Recuperado de: https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1098_2006.htm

⁶² García, C. (2010). Fundamentos de economía de la empresa (teoría y ejercicios). Página 21. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=iG8rnVcutb0C&pg=PA21&dq=entorno+social+en+la+organizaci%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj_hPGt6eTZAhWO0FMKHchICq8Q6AEIODAD#v=onepage&q=entorno%20social%20en%20la%20organizaci%C3%B3n&f=false

GUÍA DE ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE					
EMPRESA/ORGANIZACIÓN: <u>CONSERVATORIO DE AERÓFONOS</u>					
Falta de reconocimiento	Debilidad: En cuestión de la educación para niños y jóvenes siempre es complicado el hecho de no ser reconocidos en el mercado, debido a la desconfianza de garantías del programa que tienen los padres hacia lo que en realidad pueden llegar a aprender sus hijos.		X		
Buena calidad de servicios frente al mercado	Fortaleza: Debido al personal calificado, esto nos dará un enfoque y plan de trabajo distinto al del mercado; esto con el fin de crear e implementar las ideas con este personal de una forma distinta al que siempre se ha ofrecido.				X
Falta de compromiso por parte de los estudiantes	Debilidad: Podemos ver que siempre hay deserción de los estudiantes por múltiples razones; en la música se ve este punto un poco más grande debido a que los estudiantes tienen clases personalizadas que no les permite el hecho de no estudiar o pasar las actividades sin su esfuerzo o conocimiento.		X		
Pocas redes de contacto	Debilidad: Cuando se comience el programa, será difícil tener conexiones o convenios con otras entidades, debido a ser nuevos en el mercado y no poder mostrar resultados finales rápidamente.		X		

GUÍA DE ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE					
EMPRESA/ORGANIZACIÓN: <u>CONSERVATORIO DE AERÓFONOS</u>					
<u>ENTORNO CULTURAL</u>					
El entorno cultural se compone de instituciones y otras fuerzas que afectan los valores, percepciones, preferencias y comportamientos básicos de una sociedad. La gente crece en una sociedad determinada que moldea sus creencias y valores básicos, y absorbe una visión del mundo que define sus relaciones con otros. ⁶³					
VARIABLE	D/F	DM	dm	fm	FM
Apoyo a otras actividades culturales. (como parte de muestra artística)	Fortaleza: El conservatorio debido a la variedad de instrumentos puede crear varios ensambles que permitirán muestras culturales como también participar o complementar eventos o actividades culturales de la ciudad.				X
Favorecer la promoción musical en la ciudad	Fortaleza: Para culminar o cerrar un ciclo de los programas, es bueno para los estudiantes de música realizar eventos o muestras musicales donde les permita ver a las personas su trabajo y deleitarse con las diferentes obras que interpreten			X	
Enriquecer los conocimientos de cultura de los niños y jóvenes	Fortaleza: Conforme a las clases de teoría, los niños aprenden de cultura general especialmente en la música; sobre la historia de cómo la música hace parte de la sociedad y sus representaciones artísticas para danza, teatro y otros.			X	

⁶³ Gary, A & Philip, K. (2003). Fundamentos de marketing, sexta edición. Capítulo 4, el entorno de marketing (pp. 141). Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=sLJXV_z8XC4C&pg=PA141&lpg=PA141&q=entorno+cultural&source=bl&ots=lelg7iD0Vo&sig=CellDN92tonD1UxMRTHzcRL5jMY&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjKhezN7OTZAhWLxFkKHWZcCr8Q6AEItwEwFA#v=onepage&q=entorno%20cultural&f=false

GUÍA DE ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE					
EMPRESA/ORGANIZACIÓN: <u>CONSERVATORIO DE AERÓFONOS</u>					
<u>ENTORNO DEMOGRÁFICO</u>					
El entorno demográfico es el estudio de poblaciones humanas en términos de tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación y otros datos estadísticos. El entorno demográfico es de gran interés para el estudio de mercados porque se refiere a las personas y las personas constituyen mercados. ⁶⁴					
VARIABLE	D/F	DM	dm	fm	FM
Contribución a la disminución de la tasa de analfabetismo	Fortaleza: Conforme a los niños se educan musicalmente, se sienten más interesados por la educación y su nivel de concentración aumenta, sienten mayor responsabilidad por sus actividades y mejoran para seguir en este tipo de actividades extracurriculares				X
Localización estrategia dentro del departamento del Valle del Cauca	Fortaleza: una localización estratégica permite tener muchos sitios o pueblos cercanos que se pueden beneficiar de este programa, como también el desplazamiento de las personas de otra ciudad a este sitio que nos permitirá acceso a mercados de otras ciudades o sitios aledaños que no cuentan con este servicio			X	

⁶⁴ Gary, A & Philip, K. (2003). Fundamentos de marketing, sexta edición. Capítulo 4, el entorno de marketing (pp. 122). Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=sLJXV_z8XC4C&pg=PA141&lpg=PA141&q=entorno+cultural&source=bl&ots=lelg7iD0Vo&sig=CellDN92tonD1UxMRTHzcRL5jMY&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjKhezN7OTZAhWLxFkKHWZcCr8Q6AEItwEwFA#v=onepage&q=entorno%20cultural&f=false

GUÍA DE ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE					
EMPRESA/ORGANIZACIÓN: <u>CONSERVATORIO DE AERÓFONOS</u>					
<u>ENTORNO MEDIO AMBIENTAL</u>					
El entorno medio ambiental son varios puntos de vista, entre los cuales una organización debe analizar la disponibilidad de recursos naturales, el nivel de protección de los mismos (legislación medioambiental) y el nivel de sensibilización de la sociedad hacia las problemáticas medioambientales (explotación de recursos naturales, contaminación, etc.). Las estrategias deben de contar con acciones que generen confianza en la sociedad, en lo que a materia medioambiental se refiere, y que si bien pueden suponer el incremento de costes económicos a corto plazo para la empresa (utilización de determinadas materias primas, cambios en los procesos de producción, adopción de sistemas de evaluación de la calidad, etc.), pueden traducirse en beneficios a largo plazo, y no solo directamente económicos, sino que también en cuanto a mejora de la percepción de la imagen de marca de la empresa por parte de la sociedad.⁶⁵					
VARIABLE	D/F	DM	dm	fm	FM
Escases del recurso natural (planta) utilizado para hacer las cañas	Debilidad: Las cañas al ser de material de madera pueden escasearse o generar un mayor costo al disminuir la cantidad de plantas para la preparación y creación de estas.		X		X
Contaminación auditiva para las personas alrededor del conservatorio	Debilidad: Las personas vecinas o alrededor del conservatorio pueden sentir un gran disgusto por el constante ensayo con los instrumentos. Esto puede causar molestias sobre todo para personas mayores o enfermas que les incomodaría el sonido para descansar		X		

⁶⁵ Galicia, Luis & López, Fernando. (2015). Entorno e información de mercados: Aproximación a la investigación comercial.(pp. 77 - 78). Ideas propias Editorial; Edición: 1

6.3 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS E.F.I.				
FACTORES DEL ÉXITO	DETERMINANTES	PESO	CALIF.	PESO PONDERADO
FORTALEZAS				
1- personal calificado		0,09	4	0.36
2- buena calidad de servicios frente al mercado		0,09	4	0.36
3- favorecer la promoción musical en la ciudad		0,07	3	0,21
4- conocimiento del entorno y la competencia		0,04	3	0,12
5- proyecto de mejora para el conservatorio		0,05	2	0,1
6- programa publicitario		0,08	4	0,32
7- Apoyo a otras actividades culturales. (como parte de muestra artística)		0,06	1	0,06
8- Enriquecer los conocimientos de cultura de los niños y jóvenes		0,05	2	0,1
9- Contribución a la disminución de la tasa de analfabetismo		0,04	1	0,04
10-Localización estrategia dentro del departamento del Valle del Cauca		0,05	1	0,05
DEBILIDADES				
1. Escases del recurso natural de arboles		0,04	3	0,12
2. Contaminación auditiva para las personas alrededor del conservatorio		0,04	1	0,04
3. Para iniciar el conservatorio hay una reducida gama de productos		0,08	4	0,32
4. Espacio físico reducido		0,07	4	0,28
5. Falta de reconocimiento		0,05	3	0,15
6. No tener un capital mayor para iniciar		0,06	2	0,12
7. Falta de compromiso por parte de los estudiantes		0,04	2	0,08
TOTAL		100%		2,83

INTERPRETACION DE RESULTADOS: El resultado obtenido en la matriz EFI da un total de 2,83, lo cual indica que el estudio de factibilidad para la creación de un conservatorio presenta más fortalezas con un total de 1,72 frente a unas debilidades las cuales suman 1,11.

6.4 ANALISIS EXTERNO

GUÍA DE ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE					
EMPRESA/ORGANIZACIÓN: <u>CONSERVATORIO DE AERÓFONOS</u>					
<u>ENTORNO ECONÓMICO</u> Condiciones y tendencias generales de la economía que son relevantes en las actividades de la organización. Está constituido por factores que influyen en el poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores.					
VARIABLE	A/O	AM	am	om	OM
Producto Interno Bruto	Oportunidad: La económica colombiana creció 1,2% en el primer semestre del 2017, el PIB del Valle del Cauca habría repuntado 1,8% en igual periodo, según el indicador mensual de actividad económica del Valle (Imae). En el segundo trimestre el Producto Interno Bruto (PIB) del departamento habría variado 1,7% y en todo el primer semestre 1,8 %.				X
Empleo	Oportunidad: En cuanto al análisis de la cantidad de empleo generado en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Buga, los consolidados en la variación porcentual entre 2016 y 2017 decreció el 1,96% pasando de 35.572 empleos a 34.875. Cabe resaltar que Buga es el municipio que concentra mayor porcentaje de empleo con 54,8%.				X
Índice de Precios al Consumidor (IPC)	Amenaza: Según los pronósticos, estará en el rango meta fijado por el Banco de la Republica entre 2% y 4%. En 2015, la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC), fue de 0,54%. Esta tasa es superior en 0,08 % a la registrada en abril de 2014, que fue de 0,46%.	X			
Inflación	Oportunidad: La inflación anualizada mantuvo su corrección a la baja, pues en la medición a noviembre era de 4,12 %, en línea con lo esperaban los analistas de mercado, que proyectaron una tasa anual de inflación un poco menor (4,01 %).				X

GUÍA DE ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE					
EMPRESA/ORGANIZACIÓN: <u>CONSERVATORIO DE AERÓFONOS</u>					
<u>ENTORNO ECONÓMICO</u>					
Condiciones y tendencias generales de la economía que son relevantes en las actividades de la organización. Está constituido por factores que influyen en el poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores.					
Salario Mínimo	Oportunidad: La remuneración mínima legal quedó, por decreto para 2018 de \$781242, lo que representa un incremento del 5,9%. También habrá un aumento del 6,1% para el auxilio de transporte pasa de \$83.140 a \$88.211.				X
Impuestos	Amenaza: Colombia en 2017 se logró juntar \$128.7 billones; lo que se traduce en un incremento del 7.8% a comparación de 2016, cuando el recaudo \$119.4 billones de pesos. El incremento de la tarifa general que pasó del 16% al 19%.	X			
Economía Naranja	Oportunidad: En Colombia, existe un crecimiento importante de la llamada economía naranja, se tienen las siguientes cifras que demuestran el crecimiento sostenido que vienen teniendo segmentos como el de la música (9,3%), el audiovisual (15%) o las artes escénicas (29,9%) y, por otro, las iniciativas del sector privado y el público para posicionar a la economía naranja como un referente en la región.				X

GUÍA DE ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE					
EMPRESA/ORGANIZACIÓN: <u>CONSERVATORIO DE AERÓFONOS</u>					
<u>ENTORNO TECNOLÓGICO</u> Se enfoca en elementos de cambio que pueden conllevar al éxito o al fracaso de una empresa a través del empleo de la ciencia y la técnica en relación con el campo de la producción. Esta dimensión es un factor determinante de la capacidad competitiva.					
VARIABLE	A/O	AM	am	om	OM
Uso de las tecnologías de la información y la comunicación (Tics)	Oportunidad: Las TIC han contribuido a generar toda una revolución en la forma de relacionarnos y en la forma de hacer las cosas, por lo que el proceso de aprendizaje en instrumentos musicales también se ve influenciado por la tecnología.				X
Implementaciones de App	Oportunidad: Aplicaciones como QuickTime o el plug-in de Flash, que se pueden descargar en cualquier dispositivo móvil, pues ofrecen un servicio para tocar instrumentos virtuales como: flauta, flauta de pan, clarinete, saxofón entre otros, con esta aplicación se puede componer o realizar audiciones musicales con los alumnos sin necesidad de contar con el instrumento físico en clase, además permite generar actividades con otros objetivos musicales: lectura de notas, de ritmo, ejercicios de oído, de composición, de forma, se puede proyectar el instrumento a estudiar donde se evalúa paso a paso sobre los puntos difíciles de la melodía a aprender.				X

GUÍA DE ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE					
EMPRESA/ORGANIZACIÓN: <u>CONSERVATORIO DE AERÓFONOS</u>					
<u>ENTORNO JURÍDICO - POLITICO</u>					
Es el gestor de la justicia en la sociedad, mediante la aplicación de las normas jurídicas que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada. Ejecuta la potestad jurisdiccional, que posee imparcialidad y autonomía.					
VARIABLE	A/O	AM	am	om	OM
La Ley 115 de 1994 (Ley General de Educación)	Oportunidad: Conforme con el artículo 1, el objeto de la ley es La educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes.				X
Acuerdo No.003 de 2016	Oportunidad: "POR MEDIO DEL CUAL SE OTORGAN ESTIMULOS TRIBUTARIOS PARA PROMOVER LA INVERSIÓN, EL DESARROLLO ECONÓMICO Y LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN EL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA".				X
Ley 1098 de 2006 (Código de la infancia y la adolescencia)	Oportunidad: El objetivo es establecer normas sustantivas y procesales para la protección integral de los niños, las niñas y los adolescentes para garantizar el ejercicio de los derechos humanos establecidos en la Constitución Política.			X	

5 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS			
F.E.			
FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIF.	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1. Sistemas de información en los procesos educativos	0,06	4	0,24
2. La Ley 115 de 1994 (Ley General de Educación)	0,09	3	0,27
3. Usos de las Tics	0,05	3	0,15
4. Ley 1098 de 2006 (Código de la infancia y la adolescencia)	0,04	3	0,21
5. Acuerdo No.003 de 2016	0,1	4	0,4
7. Economía Naranja	0,10	3	0,18
8. Nivel educativo	0,07	4	0,28
9. Seguridad	0,04	3	0,12
AMENAZAS			
1.Inflación	0,07	2	0,14
2.Impuestos	0,1	2	0,2
4. Implementaciones de Apps	0,08	1	0,08
6. Índice de precios al consumidor (IPC)	0,05	1	0,05
7. Acceso a tecnología e innovación	0,08	4	0,32
8. Infraestructura tecnológica	0,08	4	0,32
TOTAL	100%		2,96

INTERPRETACION DE RESULTADOS: El resultado obtenido en la matriz EFE da un total de **2,96**; lo cual indica que el estudio de factibilidad para la creación de un conservatorio, presenta más oportunidades con un total de 1,85 frente a unas amenazas las cuales suman 1,11.

6.6 DIAMANTE COMPETITIVO

Estrategia, estructura y empresas

En Colombia, el Ministerio de Cultura puso en marcha desde el 2003, el Plan Nacional de Música para la Convivencia (PNMC) como política nacional para el aumento de la práctica y conocimientos teóricos de instrumentos musicales a través de la creación y fortalecimiento de escuelas de música en todos los municipios de Colombia. La apuesta nacional en cuanto a la política cultural ha desarrollado lineamientos generales al fortalecimiento de las artes y de la música en particular, generando el reconocimiento de las distintas expresiones artísticas en el país. Dicho lo anterior, se reconoce que los esfuerzos de la nación se han direccionado a la búsqueda del aseguramiento de las muestras culturales existentes en la sociedad dando relevancia a la presencia artística y su arraigo en la vida cotidiana.

“El PNMC busca hacer de la música una herramienta que contribuya al desarrollo de los individuos y las comunidades y a la construcción de proyectos colectivos en torno a esta expresión artística. Las prácticas de bandas, orquestas, coros y músicas tradicionales, generan de esta manera espacios de expresión, participación y convivencia”.⁶⁶

De casos específicos de ciudades que han apostado por proyectos de incentivación a la práctica de instrumentos musicales, se tiene:

Bogotá

En Bogotá existen diversos espacios dedicados a la apropiación de conocimientos musicales e interpretación de instrumentos musicales entre ellos, academias de música y conservatorios. La orquesta filarmónica de Bogotá (OFB) ofrece programas de formación musical y coral sin ningún costo financiados por diferentes alcaldías de las localidades de la Capital.⁶⁷

Medellín

En Medellín se creó una red de escuelas de música, dicha red tiene 27 escuelas de Música, 13 de cuerdas frotadas, 13 de vientos y percusión y 1 de cuerdas pulsadas,

⁶⁶ Guía de Iniciación de Oboe. (s.f.). Ministerio de cultura, dirección de artes área de música. Guía de iniciación al oboe. Recuperado de: <http://www.mincultura.gov.co/proyectoeditorial/Documentos%20Publicaciones/Guia%20Oboe%204dic.pdf>

⁶⁷ Alcaldía mayor de Bogotá. (2017). Inscriba a sus hijos en cursos de música gratis. Secretaria general. Recuperado de: <http://www.bogota.gov.co/article/temas-de-ciudad/cultura-y-recreacion/localidades/tunjuelito/ciudad-bolivar/inscriba-a-sus-hijos-en-cursos-de-musica-gratis>

ubicadas en 14 comunas y 3 corregimientos de Medellín, con una cobertura de 5.300 estudiantes con edades entre los 7 y 24 años, quienes disfrutan y aprenden música desde una pedagogía basada en el desarrollo socio emocional, afectivo y de valores ciudadanos, mediante procesos colectivos de formación en iniciación musical e instrumental, lenguaje musical, expresión corporal, técnica instrumental, práctica coral y conjunto instrumental, desde donde se da la conformación de agrupaciones tales como coros, semilleros de instrumento, pre-bandas, pre-orquestas, bandas y orquestas, que enriquecen los procesos culturales y artísticos de la ciudad.⁶⁸

Cali

En Cali, se ofrecen distintos programas académicos e incluso apuestas de inclusión social, que constituyen desde formación básica hasta interpretación instrumental y formación teórica. El Ministerio de Cultura y la alcaldía de Santiago de Cali unieron esfuerzos y crearon una Escuela de Música localizada en la Comuna 21 con oferta de proyectos y procesos culturales, tales como la orquesta, y el coro Infantil.

Demanda Interna

La economía de Colombia es muy diversa y sectores de la economía como el sector cultural y el sector del entretenimiento cobran cada día más importancia. En ese sentido, a nivel nacional se ha planteado una visión integral de programas de música que permiten desarrollar de manera gradual y creativa los conocimientos en interpretación artística y musical.

En Colombia existe una gran diversidad de expresiones musicales debido a la riqueza cultural existente en el país, los diversos grupos étnicos y sociales que integran la rica variedad geográfica de las distintas regiones y de un diálogo cada vez más activo con las manifestaciones sonoras del mundo. Las diversas prácticas musicales ligadas a formatos específicos tienen lógicas culturales diferentes y por tanto deben tener procesos pedagógicos propios y enfoques formativos diferenciales.

Las escuelas de música en Colombia han ejercido el papel de apropiación de sus tradiciones, debido al aumento categórico de personas interesadas en la música autóctona y regional en el contexto nacional e internacional. Las organizaciones dedicadas al proceso de docencia de música deben adoptar un proceso constructivo de conocimientos y técnicas de creación, interpretación y socialización de ritmos; de esta forma asegurar que futuras generaciones sigan interesándose por la

⁶⁸27 Entornos protectores para una formación integral. (s.f.). Red de escuelas de música de Medellín. Recuperado de:
<http://www.redmusicamedellin.org/nosotros/escuelas-de-musica/>

práctica y formación en instrumentos musicales. El conocimiento musical debe ser documentado y conservado por los docentes y estudiantes, comprendiendo sus principios constructivos, sus características de lenguaje, sus estructuras y su impacto en la transformación social y cultural del país.

Factores de la oferta

Los procesos formativos en las escuelas de música, no dependen solamente de la calidad de las prácticas musicales sino de la apropiación de conocimientos teóricos y la comprensión de los objetivos de formación y a la acertada estructuración de las metodologías de enseñanza. Es importante que los centros de enseñanza artística de música, no reduzcan el proceso formativo al montaje de un repertorio; como tampoco, que confundan el realizar un programa de formación con la implementación de un método de lectoescritura musical.

Según el Ministerio de Cultura de Colombia, la meta de fortalecimiento de escuelas municipales de música quedó establecida mediante la medición de 4 criterios.

1. Organizaciones comunitarias con proyectos entorno a la Escuela Municipal de Música.
2. Director de la escuela con título técnico, tecnólogo o profesional en música.
3. Escuelas con mínimo 10 horas semanales de formación y práctica musical.
4. Asesoría en adecuación acústica.

Sectores conexos y cadenas productivas

El Ministerio de Cultura ejecuta programas de alianza con los programas de formación de música en los municipios y departamentos del territorio nacional, logrando con ello la consolidación de 593 escuelas municipales de música en estadísticas del 2010, a partir de los factores de sostenibilidad establecidos por el PNMC.

Según el Ministerio de Cultura se han dado una serie de lineamientos para el crecimiento y construcción de las redes municipales y regionales mediante el aporte de las instituciones y la acción de las comunidades, por lo que el fortalecimiento de las escuelas se ejecuta de la siguiente manera:

Institucionalización: procesos de planeación, legales y de gestión que brindan soporte, respaldo, estabilidad a la creación y fortalecimiento a las escuelas en los municipios mediante acuerdo municipal y contratación continúa del músico docente.

Infraestructura: inversión en adecuación y dotación para brindar condiciones apropiadas de funcionamiento a las escuelas gracias a la asignación y adecuación de sede, así como la dotación de instrumentos, materiales pedagógicos y elementos básicos.

Formación: incluye procesos de actualización continua a los músicos docentes y monitores de las escuelas municipales, así como la elaboración de programas contextualizados de formación para niños y jóvenes beneficiarios.

Participación: Procesos de organización comunitaria y oportunidades que garantizan el arraigo social de las escuelas municipales mediante una cobertura diversificada en lo poblacional y en lo territorial y una organización comunitaria en torno a la escuela.

Producción: procesos de creación y emprendimiento desarrollados por las escuelas para fortalecer su capacidad productiva y su proyección artística y educativa a partir de productos y servicios musicales, circulación musical y proyectos comunitarios.

6.7 CINCO FUERZA DE PORTER

- **Amenaza de Nuevos competidores entrantes**

Entre ellos nos podemos encontrar con el avance de alguno de los programas institucionales que pueda llegar a diferenciarse entre los distintos competidores; aunque esto pierde sus probabilidades debido al alto costo de los materiales para un óptimo funcionamiento de estas actividades y también por el poco acceso a canales de distribución.

Aunque una organización o grupo musical puede crecer de forma rápida con apoyo de entes gubernamentales o apoyo de organizaciones públicas que tengan poder o ventajas para entrar de forma fácil en las instituciones educativas donde están nuestros principales consumidores.

Entre las limitaciones para los nuevos entrantes están:

Alto nivel de inversión requerido para el funcionamiento de una organización musical debido a los espacios necesarios para el estudio como cubículos, instrumentos musicales de vientos, pianos y atriles.

Regulación del mercado alta para instituciones oficiales o vinculadas a la formación de los niños; baja para instituciones privadas o informales que ofrecen estos servicios. Esto vinculado a las altas políticas gubernamentales que deben cumplir tanto la educación como la creación de una empresa; es un aspecto importante

debido a que la educación de niños y jóvenes, poseen normas que suelen ser severas para un debido funcionamiento.

Acceso a canales de distribución, restricción por parte de la competencia a eventos o actividades en común para fomentar la cultura, como también del personal y material.

- **Amenaza de Productos Sustitutos**

Entre un posible producto sustituto podemos ver, los instrumentos de vientos electrónicos que se están desarrollando recientemente, poco a poco han avanzado en su capacidad musical para interpretar y asemejarse a los instrumentos de vientos actuales; estos causarían varios cambios en la pedagogía, forma de enseñar e interpretar los instrumentos de vientos, aunque por ahora se les ve poco o solo se les utiliza para llevar las primeras enseñanzas al ser más fáciles de usar pueden llegar a sustituir los de vientos por causas como facilidad en el aprendizaje, comodidad, tiempo de vida del producto y economía.

- **Poder de negociación de los compradores**

Los posibles compradores de nuestros servicios consideramos que son los padres de familia que tengan niños de 5 a 19 años; entre estos pueden sustituir nuestro servicio por otros dados en las promotorías culturales; pero, en comparación con el costo-beneficio que tenemos nosotros podemos llegar a representar grandes ventajas de enseñanza para ellos. Por otro lado, existe una gran desventaja en la competencia, ya que no manejan un plan o programa publicitario, esto causa que las personas estén desinformadas de sus actividades o proyectos y usen el servicio del que estén medianamente informados por la cercanía de los niños a esas actividades como, por ejemplo: las instituciones donde los niños y jóvenes estudian o los amigos cercanos que integran alguna de estas actividades.

Es así como la mayoría de los padres de familia tienen cierta desinformación acerca de los proyectos o empresas que dan estas actividades debida a la poca publicidad que manejan los diferentes grupos que existen de música en la ciudad, como también a una falta de contenido o plan de trabajo formal que les permita escoger entre las diferentes organizaciones actuales. Esto causa que sean pocos los padres de familia que sean exigentes en el contenido y enseñanza de sus niños; pero son los mismos hijos los que escogen donde cumplen sus exigencias y si quieren avanzar a un sitio más exigente y estructurado.

- **Poder de negociación de los proveedores**

El poder de negociación de los proveedores es alto debido a los pocos canales de distribución que se tienen para obtener los recursos como instrumental, cañas,

boquillas, entre otros, como también la poca capacidad de sustituir ciertas marcas debido al costo-beneficio que sus instrumentos le dan a los músicos, por esta razón se buscara realizar alianzas estratégicas con algunas marcas o con tiendas que tengan un óptimo canal de distribución de estos productos escasos y limitados.

En cuanto a los canales de distribución suelen ser pocos o limitados para las ciudades, puesto que las marcas que más nos interesan suelen llegar solo a las capitales esto hace que las instituciones de las ciudades pequeñas no puedan acceder a estos beneficios, o les toque asumir el transporte que puede llegar a ser costoso dependiendo del tamaño y el peso del instrumento, como también asumir el riesgo de que durante el transporte pueda dañarse algún instrumento que le afecte su uso.

- **Rivalidad**

La rivalidad suele ser moderada debido a las pocas empresas que están en este mercado, aunque cuando la demanda disminuye suele acrecentarse la competitividad. El punto que más se destaca es el cambio del servicio al de la competencia que siempre causa una alta rivalidad en las organizaciones. Para solucionar estos puntos se piensa aumentar y utilizar la publicidad como punto clave, como también el hecho de utilizar un servicio diferenciador en calidad.

En algunos casos puede haber altas barreras de salida si se vincula educativamente como suele ser en la mayoría de los casos; ya que las instituciones educativas, la alcaldía u otros entes públicos no quieren perder estas actividades debido a las opiniones negativas y otros problemas que pueden causar con los padres de familia u otras personas alrededor, que puede significar un comentario negativo para la entidad que ofrece o está vinculada a estos programas, y también cerrando las puertas para la persona que se reconozca en el mercado por terminar este tipo de actividades en beneficio de la sociedad.

6.8 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Identificación de la competencia

De acuerdo con la plataforma en internet más conocida que contiene todas las empresas legalmente constituidas; se pudo observar que hay en total en el país 445.446 empresas constituidas y registradas dentro de las cámaras de comercio. Dentro de las cuales en el departamento del Valle del Cauca se encuentran 141.709, dentro de la ciudad de Guadalajara de Buga tenemos 3.704 empresas de las cuales

solo 172 empresas ejercen en otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales.⁶⁹

6.8.1 Competidores Locales

Competidores directos

CODART (Corporación destinos artísticos)

Esta corporación surge a partir de la necesidad de los niños del sector del norte de aprender música de una forma diferente; nace de la idea de unos estudiantes de la universidad del valle junto con una licenciada que labora en la institución educativa gran Colombia para incentivar a los niños a distraerse en algo productivo para alejarlos cada vez más de la violencia y vicios que se viven en la calle. Es así como deciden crear una corporación que les enseñe música a los niños del sector norte de Buga con bases teóricas y que esta desvinculada del sector político, hace poco lograron legalizarse para así poder conseguir patrocinios y ayudas, como también capacitaciones de otras escuelas de música.

La corporación se compone de 24 cupos para estudiantes que quieran interpretar instrumentos de vientos. Aparte de esto cuentan con ensamble de percusión, coro y pintura. Actualmente funcionan en la sede Absalón Fernández de soto de la institución educativa gran Colombia que les presta el espacio durante las noches para sus clases; contando entonces con un salón de música donde pueden tener sus instrumentos e impartir las clases de teoría.

Actualmente los precios de los programas de música para los niños y jóvenes son de \$10.000 semanalmente con lo cual solo se invierte en instrumental, kits de instrumento y el mantenimiento. Tienen en promedio 3 clases semanales siendo una de teoría musical básica, una de instrumento, y otra de ensamble general.

UNIVERSIDAD DEL VALLE – SEDE BUGA (CURSOS DE EXTENSIÓN)

La Universidad del Valle ofrece actualmente en sus cursos de extensión clases de instrumento de: violín, técnica vocal, guitarra, percusión, piano, clarinete, saxofón, flauta, trompeta, bajo eléctrico, trombón y percusión. Siendo de estos solo violín y guitarra para los más niños. Por otro lado, está el pre-básico de música en nivel I y II para las personas que aspiran a entrar a la carrera.

Los precios de aprendizaje de interpretación instrumental particular son de \$250.000 el semestre con 2 horas de clase a la semana. El Requisito mínimo es un cupo de dos personas.

⁶⁹ Plataforma compite360. (s.f.). Recuperada de:
http://www.compitem360.com/compitemhtml5/sitio/adn_g/

Para el pre-básico de música se maneja un precio al público de \$420.000 compuesto de un estudio musical básico de 4 horas y apreciación música de 2 horas semanal. Si una persona requiere de clases de un instrumento en particular debe de pagar \$200.000 para asistir a sesiones de clase de 2 horas cada 15 días durante el semestre. El requisito mínimo para ofertar este programa es un cupo 10 personas.

La universidad se ha fortalecido en sus puntos musicales debido a los 5 años que lleva la carrera de licenciatura en música dentro de la universidad; esto ha permitido crear ensambles de percusión, salsa, música pacífica; como también coros, teatro, danza, entre otros que fortalecen la parte artística de la universidad. Además ha permitido tener espacios acondicionados para las personas de música y de extensión como lo son cubículos donde pueden ensayar piano o instrumento, como también tener instrumentos de excelente calidad y en óptimas condiciones.

PROMOTORIAS CULTURALES

La secretaria de cultura ofrece programas culturales para la ciudad y zonas rurales, dirigidas para la primera infancia hasta el adulto mayor; estas están repartidas entre colegios, fundaciones, casa de cultura y estación del ferrocarril. Entre estos podemos encontrar:

- Iniciación musical, este contiene flauta dulce como iniciación musical.
- Violín
- Piano
- Guitarra
- Técnica vocal
- Saxofón
- Clarinete
- Percusión folclórica
- Banda filarmónica
- Banda sinfónica; este es un nuevo proceso de la zona rural, el cual hace su primera muestra artística en la primera semana de diciembre.

Dentro de las instituciones que cuentan con programas por parte de programas culturales son:

- Colegio académico
- Institución educativa san Vicente
- Institución educativa ITA
- Villegas
- Escuela ángel cuadros (zona rural: Zanjón Hondo)

Los programas ofrecidos son completamente gratuitos, el único requisito es que se lleve a cabo el registro permanente de la asistencia de los beneficiarios, la secretaria de cultura entrega la dotación de instrumentos a las instituciones que cuentan con estos programas y patrocina las actividades que estén dentro de la agenda cultural de la ciudad.

6.8.2 Competidores indirectos

LA CASA DE LA CULTURA⁷⁰

La casa de la cultura de Guadalajara de Buga, fue fundada el 11 de noviembre de 1962 con el propósito promover y capacitar a las personas sin ninguna diferencia a nivel de estratos socioeconómicos en cultura, música, expresión corporal, artes plásticas como pintura, color y moldeado. Se encuentra ubicada en la Calle 6 No. 11-11. Su representante legal es José Alirio Cruz Moreno y su director es Luis Eduardo Romero Moreno. Actualmente cuenta con programas como; curso de guitarra, curso de violín, curso de percusión, curso de piano, curso de ballet, curso de taller artístico, curso de pintura, curso de lectura y escritura, entre otros. Cuenta con doce profesionales que brindan acompañamientos en las diferentes modalidades que ofrece la casa de la cultura y sus estudiantes oscilan entre los 170 y 175 asistentes. Se generan otras fuentes de ingresos como alquiler de espacios y otros cursos, aunque en menor proporción.

En la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** se presenta la oferta a académica de la casa de la cultura, con los precios al público de matrícula y mensualidad de cada programa ofertado.

Programa	Matricula	Mensualidad
Violín	\$35.000	\$60.000
Guitarra	\$35.000	\$60.000
Piano A	\$35.000	\$65.000
Organeta	\$35.000	\$65.000
Percusión	\$35.000	\$60.000
Ballet	\$35.000	\$75.000
Taller Artístico	\$35.000	\$65.000
Dibujo y Pintura	\$35.000	\$70.000

⁷⁰ Información proporcionada por la Casa de la Cultura Buga.

Programa	Matricula	Mensualidad
Piano (niños)	\$35.000	\$65.000
Técnica Vocal	\$35.000	\$70.000
Lectura y escritura	\$35.000	\$60.000
Piano B	\$35.000	\$65.000

Tabla 1 Oferta académica casa de la cultura 2018. Fuente: Casa de la Cultura Buga

CORPACOROS

Entidad privada sin ánimo de lucro creada en 1995 por un grupo de amigos de la música en Buga, cuyo objetivo es promover el desarrollo coral: formar agrupaciones infantiles y juveniles en escuelas públicas, realizar eventos con la participación de coros nacionales y extranjeros, cualificar directores, formar públicos e impulsar formas asociativas del movimiento coral. Son muchos los logros de Corpacoros en este lapso: más de 100 mil espectadores en sus conciertos, 19 versiones del Encuentro de Música Coral Colombiana con la participación de más de 300 coros conformados por más de 6000 mil coreutas, presentación de coros de Argentina, Estados Unidos, Puerto Rico, Costa Rica, Ecuador, Perú, Venezuela, Aruba, México, 10 encuentros nacionales de coros infantiles y juveniles con la actuación de más de 100 agrupaciones y alrededor de 3000 artistas en escena, 1500 niños y jóvenes que han recibido su formación musical inicial.

Es oportuno resaltar que la razón de ser de Corpacoros estriba en establecer convenios con colegios públicos para que niños y jóvenes reciban la formación que requiere ese viejo y dúctil instrumento, la voz humana. Cuatrocientos directores nacionales han participado en talleres dictados por maestros de Estados Unidos, Argentina, Chile, México, Cuba, España, Venezuela y Colombia. Que todo esto haya sucedido en Buga y en apenas en 20 años, es algo que solo se explica por la mística a prueba de ruidos de los gestores de Corpacoros.⁷¹

El estar en Corpacoros no tiene ningún costo, está vinculado a la mayoría de las instituciones educativas, y a la universidad del valle, hace parte del coro que se ofrece en la biblioteca Carlos H. Morales para las personas de toda la ciudad. Su participación en los eventos culturales de la ciudad es alta, y permite a los niños ensayar 1 vez a la semana por 2 o 3 horas en promedio.

⁷¹ Londoño, C. (20 de agosto del 2015). Las hazañas de Corpacoros. El país. Recuperado de: <http://www.elpais.com.co/opinion/columnistas/julio-cesar-londono/las-hazanas-de-corpacoros.html>

Galería de arte magenta.

La CORPORACION MAGENTA es una institución civil de derecho privado, sin ánimo de lucro y de utilidad común, con personería jurídica propia, dedicada a promover, orientar y estimular la creación artística, sirviendo como espacio generador de oportunidades para el desarrollo de propuestas jóvenes, y el acercamiento del arte a todos los niveles de la comunidad humana.

El 23 de marzo de 2007 la Galería de arte Magenta abrió sus puertas y desde entonces ha realizado más de 80 exposiciones de obras de artistas de trayectoria y jóvenes, tanto nacionales como internacionales. Ha participado de exposiciones en espacios alternos, como la primera feria internacional de arte - ArtCali 2015. Realiza talleres artísticos dirigidos a niños, jóvenes y adultos, Festivales de Artes para personas en condición de discapacidad. Cuenta convenios interinstitucionales con el Ministerio de Cultura, la Administración Municipal de Guadalajara de Buga y entidades Culturales y comerciales a nivel nacional.

Actualmente se encuentra ubicado en la Calle 9 sur # 8 – 22. Entre sus servicios podemos encontrar:

- Talleres de formación ya sea en artes plásticas, escénicas, pintura, y música.
- Exposición, montaje de obras en espacios públicos, restauración de obras.
- Talleres artísticos y pedagógicos para personas con capacidades diferentes
- Venta de artesanías, manualidades y obras artísticas.
- Enseñanza de música.
- Enseñanza de instrumentos de percusión, guitarra, guitarra eléctrica, técnica vocal y piano.
- Enseñanza de artes plásticas, dibujo y pintura.
- Enseñanza de escritura creativa.
- Enseñanza de cine, teatro y recreación.
- Taller de Maquillaje artístico y caracterización

La duración de los cursos suele ser variable de un aproximado de \$240.000 los 4 meses con una intensidad de 2 horas a la semana y un costo \$100.000 si el taller dura los 2 meses con una intensidad de 2 horas a la semana.; los talleres varían en incluir o no el material. Suelen prestar los instrumentos con los que cuentan, en excepción cuando hacen taller de instrumentos de vientos con los que no cuentan actualmente. Sus horarios son lunes, miércoles y viernes de 2:30 a 5:00 pm.

6.8.3 Competidores a nivel regional y nacional

CONSERVATORIO DE MÚSICA DE LA FACULTAD DE ARTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL⁷²

Tiene una larga trayectoria que data de 1882 y, en opinión de algunos, tuvo sus raíces en el movimiento musical surgido en 1846 con la creación de la Sociedad Filarmónica. La relación que existe entre la Academia Nacional de Música y la mencionada Sociedad es más bien de índole familiar, pues el fundador de la Sociedad, Henry Price, fue el padre del fundador de la Academia, Jorge Price. Pero, entre la Academia y el Conservatorio de hoy, existen nexos institucionales que dieron continuidad al proyecto original, pese a los cambios de nombre que ha tenido la institución.

Nació como Academia Nacional de Música en 1882 y pasó a ser Conservatorio Nacional de Música en 1910, se anexó a la Universidad Nacional de Colombia como Conservatorio Nacional de Música en 1935, pasó a ser Departamento de Música con la “Reforma Patiño” de 1965 y adquirió el nombre de Conservatorio de Música, en el año 2002, con la reforma de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia, que contempló la conformación de institutos y escuelas en lugar de los tradicionales departamentos.

La Carrera de Música comprende actualmente 4 énfasis de los cuales el aspirante debe escoger uno, estos énfasis son: Composición, Dirección, Jazz y Pedagogía Instrumental, el énfasis escogido será su línea de formación y en ella se titulará, es decir, el título que obtendrá será Músico con énfasis en Dirección, Composición, Jazz o Pedagogía Instrumental según sea el caso.

Para cualquiera de los énfasis, el plan de estudios de música consta de 171 créditos, de los cuales 85 pertenecen al componente Disciplinar, es decir, a las asignaturas propias de su carrera, 52 créditos corresponden al componente de Fundamentación, este componente abarca las asignaturas teóricas que el estudiante debe cursar obligatoriamente durante su carrera y por último debe cursar 34 créditos del componente Libre elección, a este componente pertenecen todas las asignaturas de la universidad que estén ofertadas para el estudiante y que no sean obligatorias para los anteriores componentes mencionados.

Reconocimientos de la carrera

Condecoración en el Senado de la República: La Orden del Congreso de la República en el grado de Gran Comendador fue entregada al Conservatorio de la

⁷² El conservatorio. (s.f.). Universidad Nacional de Colombia Recuperado de: <http://www.facartes.unal.edu.co/fa/departamentos/musica/>

Universidad Nacional por sus 100 años de actividad a cargo de la educación musical en el país el 14 de septiembre de 2012.

James Díaz: Estudiante del nivel Composición II (cuarto semestre en la carrera de Composición), galardonado por el la Secretaría de Cultura del Distrito de Bogotá, a través de la Orquesta Filarmónica, la cual le otorgó el día 11 de septiembre de 2012 el: Premio Nacional de Composición "Ciudad de Bogotá", en su versión 15 por su obra: "Cortinas de Hierro", para flauta, violín, violonchelo, contrabajo, Piano y multi-percusión, entre 35 participantes de diversas regiones y universidades del país.

Jorge Iván Vélez: Estudiante del programa Música Instrumental - Violonchelo, Ganador en la categoría JUVENIL B en el XIV Concurso Nacional de Interpretación Ciudad de Bogotá. Instrumentos sinfónicos de la familia de la cuerda, los metales y el saxofón. Realizado el pasado mes de septiembre del 2012.⁷³

CONSERVATORIO "ANTONIO MARÍA VALENCIA"⁷⁴

El Conservatorio "Antonio María Valencia", fue la primera institución dedicada formalmente, y con reconocimiento oficial, a la enseñanza de la música en el suroccidente de Colombia. Desde el comienzo de sus labores académicas como Conservatorio de Cali el 2 de enero de 1933, se convirtió en el epicentro de la actividad musical de la ciudad y la región, promoviendo la excelencia artística, propiciando las condiciones para ofrecer una enseñanza acorde con los modelos internacionales de mayor reconocimiento y prestigio, con el propósito de ofrecer un servicio a la comunidad que llenaba un vacío en el entorno artístico. Durante sus primeros 20 años de funcionamiento, el Conservatorio consolidó las propuestas académicas que han inspirado el sistema pedagógico desarrollado hoy día en la Facultad de Música. Los diferentes cambios realizados a los planes y programas de estudio durante su historia, la continuidad de muchos de los profesores y directivos de la institución, los procesos de actualización y autoevaluación, así como la discusión erudita permanente al interior del Conservatorio, han permitido consolidar propuestas académicas con resultados concretos, que son una manifestación de la calidad de la enseñanza musical especializada que se imparte en el Conservatorio "Antonio María Valencia" y que se han cristalizado a través de estos 80 años.

⁷³Fundamentación teórica del programa. (s. f.). Instituto departamental de bellas artes. Conservatorio Antonio María Valencia. Recuperado de: <http://www.bellasartes.edu.co/index.php/en/programas/pregrados/coservatorio/interpretacionmusicall>

⁷⁴ Conservatorio "Antonio María Valencia. (s. f.). Instituto departamental de bellas artes. Conservatorio Antonia María Valencia. Recuperado de: <http://www.bellasartes.edu.co/index.php/en/programas/pregrados/coservatorio/historia>

La música ha sido tradicionalmente un pilar del desarrollo de las sociedades y de la construcción de la historia, como manifestación cultural de los pueblos y como expresión general de la humanidad. La sensibilidad que ella despierta desde la creación y la interpretación refleja indudablemente las aspiraciones humanas desde sus relaciones con el mundo y permite de esta manera interactuar con el mismo. En el caso del Conservatorio “Antonio María Valencia” dichas relaciones se forjan no solo desde la academia, sino también desde la interacción interdisciplinaria y contextual.

Identificación de los factores clave de éxito – FCE

La determinación de los factores clave de éxito es un método aplicado a un número limitado de áreas cuyos resultados, si son satisfactorios, aseguran un resultado exitoso a la organización.

Listado de factores clave de éxito:

Precio: Hace referencia al nivel de precios que hay que pagar por los servicios prestados a nivel musical

Distinción estudiantil: La educación en música está asociada de manera positiva con el rendimiento académico de los niños y jóvenes; la capacidad cognitiva general; el procesamiento del lenguaje (lectura, vocabulario, ortografía, adquisición de un segundo idioma); habilidades para manipular, ordenar y situar las cosas en el espacio y; además, él señala que la formación musical en grupos facilita la cohesión social, el desarrollo de habilidades, lo cual genera mayores niveles de simpatía y conductas de ayuda y de cooperación entre estudiantes.⁷⁵

Préstamo del instrumental: Su objetivo principal es poder facilitar el aprendizaje de los instrumentos fuera de las aulas para potenciar a los estudiantes el desarrollo normal de las clases.

Docentes: El docente debe tener un gran abanico de recursos auditivos, vocales, instrumentales, destrezas lecto-escritoras para leer partituras. Asimismo, recursos expresivos, creativos y corporales.⁷⁶ Además, debe reunir una serie de habilidades y condiciones: aptitudes (buena voz, timbre, afinación, sentido del ritmo, ser creativo,), actitud positiva, estar convencido de la importancia que tiene

⁷⁵ Pérez, Ángel. (2016). Profesores de música, danza y arte, también, son clave para la calidad de la educación. Revista dinero Recuperado de: <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/profesores-de-musica-danza-y-arte-tambien-son-claves-para-la-calidad-de-la-educacion/225526>

⁷⁶ Bernal, J. (2000). Mesa redonda: La investigación como proyecto de futuro. Implicaciones de la música en el currículum de Educación Infantil, Lista Electrónica Europea de Música en la Educación (LEEME), nº 5 (mayo), 1-16.

la música en la vida del niño/a, con el objetivo de transmitir esta idea al niño/a, su gusto por la música y tratarla de tal manera que los niños/as disfruten con ella. Asimismo, debe potenciar y desarrollar las aptitudes y actitudes musicales de los niños/as y motivarles en todo el proceso de enseñanza.⁷⁷

Inclusión social: La música en sí misma es inclusiva, pues aglutina dimensiones intelectuales, sociales y afectivas, lo que la convierte en una herramienta ideal para el modelo de transformación social y educativo.⁷⁸ No solamente garantizando calidad sino integración sin distinción y generando competencias para todos los niños y jóvenes que quieran aprender interpretación musical mediante instrumentos musicales de viento.

Plan de estudios: Relacionado con la diversidad de programas y servicios musicales que se ofrezcan de manera integral a los niños y jóvenes.

Ensamblés o grupos: Los grupos establecidos están pensados por el docente de la mejor manera para contribuir positivamente a todos los alumnos/as. Son grupos en los que se puede apreciar la variedad presente en el aula, tanto a nivel personal, cognitivo, anímico,..., la cual, dicha diversidad, favorece al grupo en conjunto, pues los que necesitan un poco más de ayuda son motivados y animados por aquellos a los que le resulta más fácil, los nerviosos se relajan más con sus compañeros que son más tranquilos, etc.; es decir, los agrupamientos están realizados con la finalidad de que las características individuales de cada alumno/a ayude a los demás y se nutran y aprendan de ellas.⁷⁹

Capacidad de alumnos: Este factor se define a la capacidad instalada como el volumen de producción que puede obtenerse en un periodo determinado en una cierta rama de actividad.⁸⁰ Se puede calcular un indicador de capacidad instalada como el porcentaje nivel de producción actual de bienes y servicios / Nivel máximo posible de producción de bienes y servicios. El nivel máximo

⁷⁷ Malbrán, S. (2011) Educación musical en la escuela infantil. En Díaz, Maravillas & Riaño Galán, ME. (2011) Fundamentos Musicales y Didácticos en Educación Infantil. Editorial: Universidad de Cantabria.

⁷⁸ Fernández & Carrión. (2011). Inclusión social a través de la música. Recuperado de: <http://recursostic.educacion.es/artes/rem/web/index.php/musica-educacion-y-tic/item/310-inclusi%C3%B3n-social-a-trav%C3%A9s-de-la-m%C3%BAsica-comunidades-de-aprendizaje>

⁷⁹ García, María Teresa. (2014). La importancia de la música para el desarrollo integral en la etapa de infantil. Recuperado en: <http://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/16696/16696.pdf>; La

⁸⁰ Definición dada por el Diccionario de Economía y Finanzas. (2016). Recuperado en: <http://www.eumed.net>

posible hace referencia a la máxima capacidad de producción utilizando el parque actual de maquinarias, estructura y tecnología obrantes en la empresa. Se define también, como aquel punto del nivel productivo más allá del cual se requerirían indefectiblemente decisiones de inversión.⁸¹

Horas de estudio: Este factor hace referencia a los horarios en los que se presta los servicios de enseñanza de instrumentos musicales a los estudiantes.

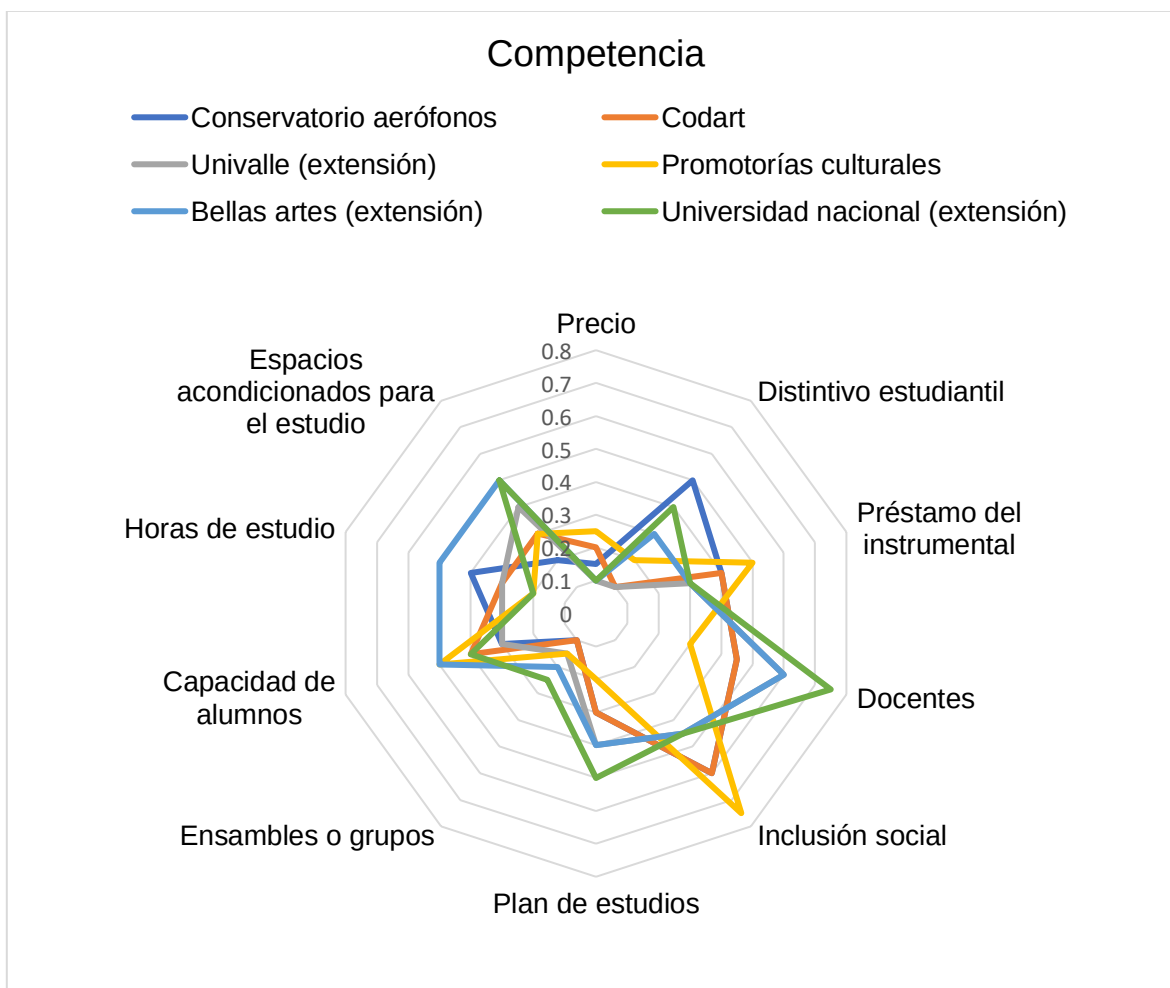
Espacios acondicionados para el estudio: Este factor hace referencia a la edificación teniendo en cuenta principalmente aspectos como adaptaciones para la prestación del servicio y el bienestar de los niños y jóvenes que asisten a las clases.

⁸¹ Consultora Pérez Alfaro. (2010). Recuperado de:
<http://www.controldegestion.com>

6.8.4 Matriz del perfil competitivo (MPC)
MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (MPC)

Factores Claves de éxito de la industria en el segmento de niños y jóvenes	ponderación	Conservatorio aerófonos		Codart		Univalle (extensión)		Promotorías culturales		Bellas artes (extensión)		Universidad nacional (extensión)	
		Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado
Precio	5%	3	0,15	4	0,2	2	0,1	5	0,25	2	0,1	2	0,1
Distintivo estudiantil	10%	5	0,5	1	0,1	1	0,1	2	0,2	3	0,3	4	0,4
Préstamo del instrumental	10%	4	0,4	4	0,4	3	0,3	5	0,5	3	0,3	3	0,3
Docentes	15%	3	0,45	3	0,45	4	0,6	2	0,3	4	0,6	5	0,75
Inclusión social	15%	4	0,6	4	0,6	3	0,45	5	0,75	3	0,45	3	0,45
Plan de estudios	10%	3	0,3	3	0,3	4	0,4	2	0,2	4	0,4	5	0,5
Ensamblajes o grupos	5%	2	0,1	2	0,1	3	0,15	3	0,15	4	0,2	5	0,25
Capacidad de alumnos	10%	3	0,3	4	0,4	3	0,3	5	0,5	5	0,5	4	0,4
Horas de estudio	10%	4	0,4	3	0,3	3	0,3	2	0,2	5	0,5	2	0,2
Espacios acondicionados para el estudio	10%	2	0,2	3	0,3	4	0,4	3	0,3	5	0,5	5	0,5
total	100%		3,4		3,15		3,1		3,35		3,85		3,85

6.8.5 LA MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (RADAR)



A partir del análisis de la matriz del perfil competitivo se logra identificar que el enfoque del modelo en la inclusión social ofrecería una notoria diferenciación con respecto a la competencia. Es importante señalar que el programa de becas exige de una constante gestión administrativa para lograr que los recursos se puedan designar al desarrollo de las actividades de la academia Sol y Luna. Otro factor de innovación es que el proceso de formación es más completo por lo que requiere de más horas que en las escuelas tradicionales de la localidad; entre los factores que serían débiles para el conservatorio se tienen las conexiones para la creación de ensambles dentro del conservatorio, la infraestructura y espacios acondicionados donde los niños y jóvenes puedan ensayar.

7. ANÁLISIS DE MERCADO

7.1 Mercado objetivo

Nuestro mercado objetivo se divide en dos partes; en primer lugar, se tiene pensado que el producto se enfoque a satisfacer las necesidades de autorrealización en el aspecto educativo de niños y adolescentes entre los 5 a los 19 años. Dirigido principalmente en ayudar a los niños a aprender música y por medio de esta aprender a interpretar y ejecutar un instrumento de viento. A esta edad los niños sienten un gran interés por aprender algo diferente a lo que enseñan en las escuelas, entre estas podemos ver la danza, el arte, el deporte y la música; despertando su atención debido a sus cambios en los patrones de enseñanza y la expresión y creatividad que pueden tener en ellos libremente.

El interés pues de los niños por el aprendizaje depende en gran medida del ambiente en que viven, pues el interés de los niños por las enseñanzas es fiel reflejo del interés de buena ley que ponen sus padres en seguir sus progresos⁸². Es así como abordamos la segunda parte refiriéndonos al interés que hay por los padres de familia de estos niños, ya que ellos son los compradores de este tipo de servicios, son ellos a la final quienes deciden qué servicio quieren comprar o no quieren comprar y porque razones o circunstancias lo quieren o no obtener.

7.1.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Factores geográficos: Ubicados principalmente en el municipio de Guadalajara de Buga (departamento del Valle del Cauca - Colombia) y sus alrededores (veredas y pueblos cercanos).

Factores demográficos: Niños y jóvenes de 5 a 19 años, que se encuentran realizando sus estudios de básica primaria o básica secundaria. Ubicados entre los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3.

Factores conductuales: Con necesidades de autorrealización conforme a su estudio, o con ganas de ocupar su tiempo en algo productivo que le permita integrarse con otros niños, con interés en participar y conocer de actividades culturales. La generación x está influyendo en los métodos de enseñanza en la educación superior. Pero estas diferencias van más allá de una mayor dependencia de la tecnología. Este colectivo tiende a abrazar los entornos de aprendizaje social,

⁸² Navarro, R. (1994). Intereses escolares. EL ambiente (pp. 35). Recuperado de: <https://books.google.com.co/books?id=OCP-jAjcQy0C&pg=PA35&dq=intereses+de+los+ni%C3%B1os&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwigk57w7sPaAhVL0IMKHdnEDc4Q6AEILDAB#v=onepage&q=intereses%20de%20los%20ni%C3%B1os&f=false>

donde pueden estar directamente involucrados en el proceso de aprendizaje. Ellos esperan servicios bajo demanda.

7.1.2 PERFIL DEL COMPRADOR

Factores geográficos: Ubicados principalmente en el municipio de Guadalajara de Buga (departamento del Valle del Cauca – Colombia) y sus alrededores (veredas y pueblos cercanos).

Factores demográficos: Mujeres y hombres entre los 27 a 45 años (en promedio) padres de familia con hijos entre los 5 y 19 años. Ubicados entre los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3.

- Personas, entidades o empresas interesadas en apadrinar uno o varios niños para brindarles este tipo de educación en un porcentaje de su patrocinio mensual, esto con miras en realizar una labor social y inclusión de los niños que no pueden obtener estos beneficios.

Factores conductuales: generalmente son técnicos, tecnólogos o profesionales ya que esto influye en su percepción de la importancia de la educación en sus hijos y en invertir algo tan importante como en ello, les interesan las actividades culturales que enriquezcan tanto sus conocimientos como el de sus hijos, prefieren la calidad de los servicios que le están prestando antes que el precio.

Estos padres están generalmente entre la generación X y la Y donde podemos ver que están abiertos en la crianza e intereses de sus hijos, de cierta forma están aprendiendo a ser papas; para ellos la parte artística es importante para sus hijos ya que les permite desarrollarse libremente, permiten que tengan un espíritu de rebeldía que les permita expresarse de diferentes maneras pero que al mismo tiempo puedan ejercer poder sobre ellos.

7.2 ESTUDIO DE MERCADO

Realizar un estudio de mercado que permita conocer el perfil del cliente del Conservatorio de aerófonos en la ciudad de Guadalajara de Buga a hogares en los que la población oscile entre 5 y 19 años. Para definir las características del servicio, analizar la demanda potencial incluyendo sus características o preferencias y establecer políticas del servicio.

Tabla 2 Población en edades de 5 a 19 años en la ciudad de Guadalajara de Buga 2015; Fuente: DANE, Elaboración propia

EDADES	POBLACIÓN	HOMBRES	MUJERES	% HOMBRES	% MUJERES
5-9	7945	4106	3839	3,6	3,3
10-14	8063	4182	3881	3,6	3,4
15-19	8825	4664	4161	4	3,6
POBLACION TOTAL:	24833	12952	11881	11,2	10,3

7.2.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO

El proyecto busca demostrar la viabilidad de la creación de un conservatorio de aerófonos en Guadalajara de Buga, que permita crear cultura e incentivar la música en Los niños y adolescentes de dicha ciudad; todo esto para complementar la educación que tienen los niños actualmente y brindar espacios de aprovechamiento del tiempo libre e incluyendo sectores de la sociedad tradicionalmente alejados de la dinámica de asistir a clases de música. El hecho de interpretar un instrumento requiere mucho tiempo, que ayuda a distraer a jóvenes y niños de sitios o vicios que los llevan a una vida deplorable, como también incentiva asistir a actividades culturales para aprender más sobre los temas, como también participar en estas actividades que lo enriquecen culturalmente y al mismo tiempo le brindan valores como disciplina, responsabilidad, respeto y amor por la música para ser un buen estudiante de esta disciplina; por otro lado, le permite desarrollar su inteligencia, destrezas, habilidades auditivas, y motricidad.

7.2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Dado que la población objeto de estudio es finita, con base en ella se obtendrá una muestra representativa para aplicar una encuesta que permita describir y obtener información sobre los potenciales consumidores.

7.2.3 Tipo de investigación

En nuestro caso se desarrollará una investigación de tipo descriptivo debido a que el alcance de este tipo de estudios busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos o comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, que este tipo de estudios únicamente busca medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre variables a las que se refieren.⁸³

7.2.3. 1 FUENTES DE RECOLECCIÓN

La información que se recogerá para analizar y formular en la investigación viene de diversas fuentes. Los datos primarios “son aquellos originados por el investigador con el propósito específico de abordar el problema de investigación”, entre tanto, los datos secundarios son “aquellos que ya fueron reunidos para propósitos diferentes al problema en cuestión.”⁸⁴ Esos datos se pueden localizar con rapidez y a bajo costo”. Se pueden identificar fuentes de información primarias y secundarias las cuales serán mencionadas a continuación:

Fuentes primarias: Se usó la encuesta como método para proporcionar la información estándar de los gustos y preferencias de las personas en este rango y hacer un servicio enfocado a las necesidades de ellos. Y utilizaremos la observación que nos ayudara a recolectar información pertinente para mejorar el servicio.

Fuentes secundarias: Se usó principalmente la búsqueda de fuentes que nos proporcionaron bases de datos pertinentes tales como la del DANE y el Ministerio de Cultura de Colombia. Para engrosar la calidad de la información se investigó en línea artículos, libros e informes que nos proporcionaron un marco contextual pertinente para el estudio realizado.

7.3 Proceso de muestreo

Se planteó la realización de una encuesta para la determinar el grado de aceptación de la población frente a la creación de un conservatorio de aerófonos en la ciudad de Buga, Valle. De acuerdo a lo anterior se presenta en el apéndice A, el formato de encuesta realizada en el desarrollo de esta investigación.

⁸³ Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos, & Baptista Lucio, María del Pilar. Metodología de la investigación. Recuperado de: https://trabajosocialudocpno.files.wordpress.com/2017/07/metodologc3a3c2ada_de_la_investigac3a3c2b3n_-sampieri-_6ta_edicion1.pdf

⁸⁴ Bernal Torres, Cesar Augusto. Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales (Segunda ed.). México, D.F.: Pearson Educación, 2006. p. 56.

Para la determinación del tamaño de muestra, en el diseño muestral se consideraron la población total de niños y adultos en edades de 5 a 19 años. Con base a dicha información, se realizó el supuesto de que en un hogar en promedio lo conforman 2 miembros en ese rango de edad (5-19 años), las encuestas se dirigieron a los jefes de hogar. Se buscó que los jefes de hogar fueran los que proporcionaran la información debido a que, aunque los usuarios son los niños y jóvenes, el tipo de preguntas se enfocaron a medir la percepción de las cabezas de hogar frente a la oportunidad de facilidades de ingreso a los programas de música, ya que el factor de costos es un obstáculo para que muchas personas inscriban a sus hijos en cualquier actividad extracurricular.

Por lo tanto, tomando la referencia de la sección 7.2 de la población total de habitantes en Buga con edades que comprenden 5 a 19 años y el supuesto descrito anteriormente, la cantidad de hogares en Buga del 2015 son 12416 aproximadamente ($24833/2$). Los tamaños de muestra se determinaron por medio de muestreo para poblaciones finitas de acuerdo con la siguiente ecuación:

$$n = \frac{[z_{\alpha/2}]^2 * N * \hat{p} * \hat{q}}{E^2(N - 1) + [z_{\alpha/2}]^2 * \hat{p} * \hat{q}}$$

Donde:

n : Cantidad estimada de hogares a entrevistar.

N : Cantidad total de hogares con población entre las edades de 5 a 19 años.

E : Error muestral esperado.

p : Probabilidad de que los hogares estén de acuerdo con la creación de un conservatorio de aerófonos en la ciudad de Buga.

q : Probabilidad de que los hogares no estén de acuerdo con la creación de un conservatorio de aerófonos en la ciudad de Buga.

z : Valor asociado al nivel de confianza $1-\alpha$ en una distribución normal estándar.

De esta manera, los resultados obtenidos cuentan con una adecuada representatividad estadística. Además, se tomaron los siguientes supuestos para la aplicación del cálculo del tamaño de la muestra

Nivel de confianza = 95%

$$\alpha = 0,05$$

Entonces:

$$z_{\alpha/2} = 1,96$$

$$\hat{p} = 50\%$$

$$\hat{q} = 50\%$$

$$E = 5\%$$

$$n = \frac{[1,96]^2 * 12416 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(12416 - 1) + [1,96]^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 372,66$$

$$n \cong 373$$

La cantidad de hogares a entrevistar es aproximadamente 373, a los cuales se les aplicara la encuesta con el objetivo de describir y obtener información sobre los potenciales consumidores.

7.4 Interpretación de resultados

La interpretación de los resultados se abordó en dos instancias. En primer lugar, se presentan gráficamente los datos arrojados en cada una de las preguntas establecidas en la encuesta, lo que permitió identificar la composición del mercado en cuanto a sus condiciones, preferencias, gustos, entre otras.

En la segunda parte se utilizó el programa SPSS para realizar un análisis de correlación por medio del estadístico de Chi-cuadrado y de esta manera determinar posibles estrategias entre las variables consultadas a través de la encuesta. Las herramientas estadísticas del programa SPSS permiten realizar un análisis más completo ya que al contrastar dos variables por medio del estadístico Chi-Cuadrado, se muestra el nivel de significación, es decir la probabilidad de rechazar la hipótesis nula de correlación y por tanto la probabilidad de equivocarse si se rechaza dicha hipótesis.

En general, el nivel de confianza utilizado en estudios estadísticos es de 95%. De acuerdo a lo anterior, se rechaza la hipótesis nula cuando el nivel de significancia es menor a 0,05 ($<0,05$), en consecuencia, se puede afirmar que los atributos son dependientes. Por otro lado, si el nivel de significación es superior a 0,05, la probabilidad de rechazar la hipótesis nula es alta y se concluye que los factores son independientes.

A continuación, se presenta el análisis de cada una de las preguntas realizadas a los hogares encuestados

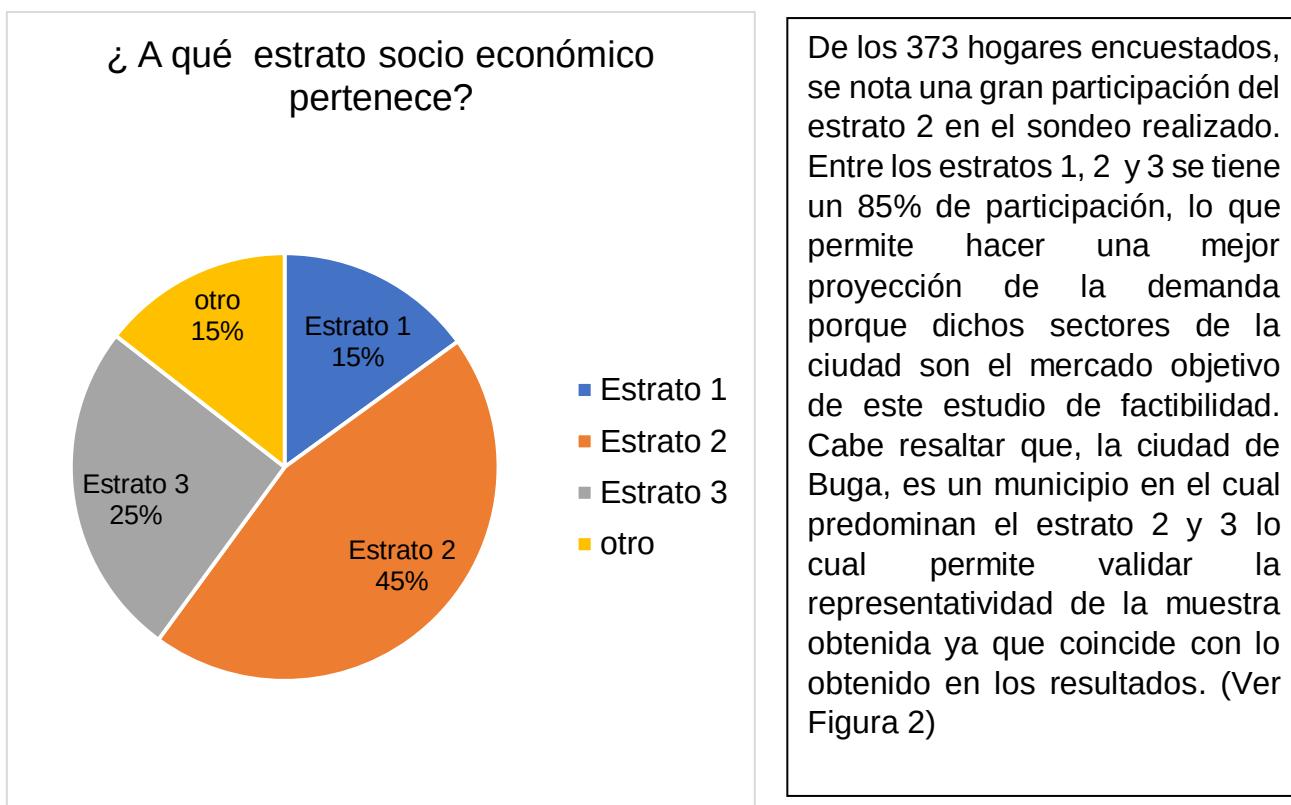


Figura 2 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 1]. Fuente: elaboración propia.

Según Roldan, C & Celis, F (2016), basándose en un informe de la alcaldía de Buga y la cámara de comercio⁸⁵, el conjunto de población de estratos 1,2 y 3 conforman una alta participación en la distribución de la población total de Buga ya que cada uno de dichos sectores representan el 16,7%, 49,0% y 24,4% respectivamente. Dicho lo anterior, se deben plantear estrategias que permitan facilitar el acceso de esta población a los servicios que integrarían la red de productos ofertados por el conservatorio de aerófonos y con ello lograr que la demanda proyectada sea similar a la real.

⁸⁵ Alcaldía Municipal y Cámara de Comercio. Informe Buga en Cifras. 2005

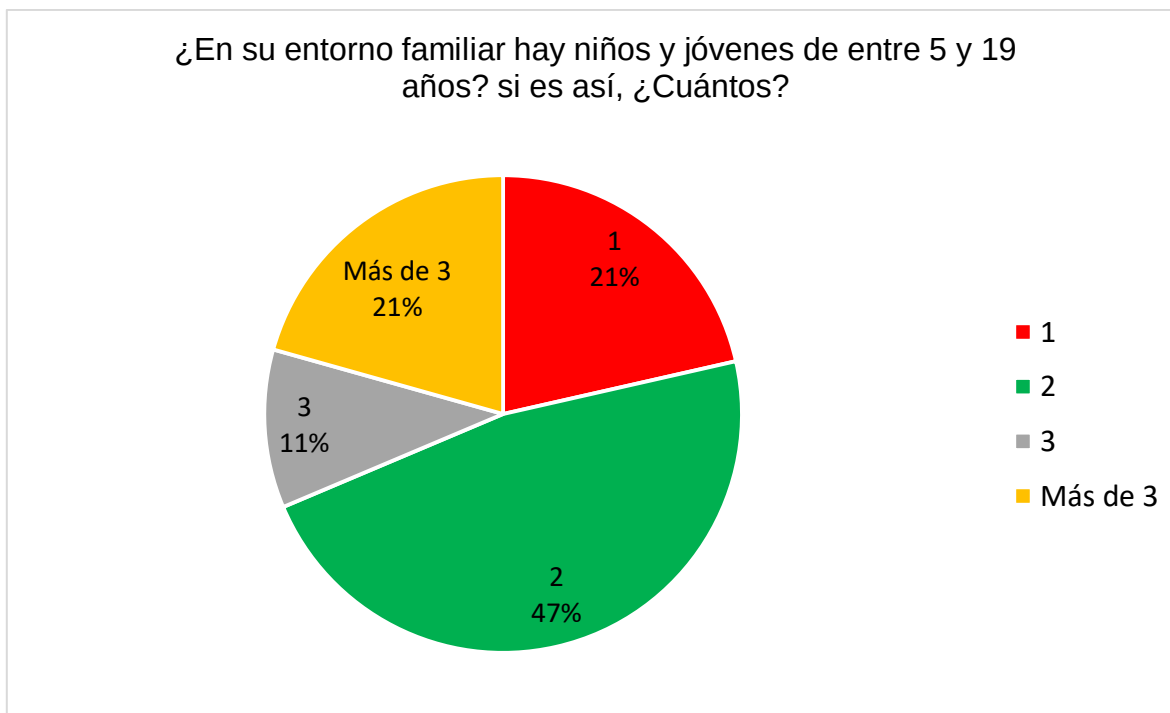


Figura 3 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 2]. Fuente: elaboración propia.

De la Figura 3, se analiza la cantidad de niños y jóvenes en los hogares de la ciudad de Buga, Valle. En la realización de esta encuesta solo se tomó en cuenta la información de hogares en los que existiera población en este rango de edad, los datos obtenidos permiten caracterizar las familias, lo que en ultimas se traduce en la identificación de posibles planes de oferta en el mercado. De la información se puede concluir que normalmente un hogar en promedio lo conforman 2 miembros con rango de edad de 5 a 19 años debido a esta situación, se pueden ofrecer promociones tales como “2x1” o descuentos en el ingreso de más de un niño o joven a los programas de música del conservatorio.

De las personas en edades de 5 a 19 años que están en su entorno familiar, ¿Se encuentran en alguna actividad extracurricular formal?

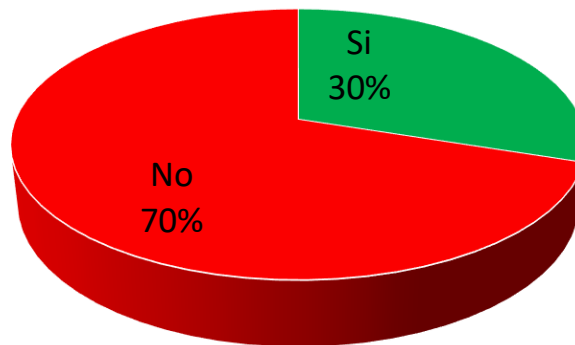


Figura 4 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 3]. Fuente: elaboración propia.

De la Figura 4 se observa que hay una población importante de niños y jóvenes en Buga que demandan programas formales extracurriculares, también se identifica que la población que no se está atendiendo con servicios de este tipo, es alta, lo que implica una oportunidad.

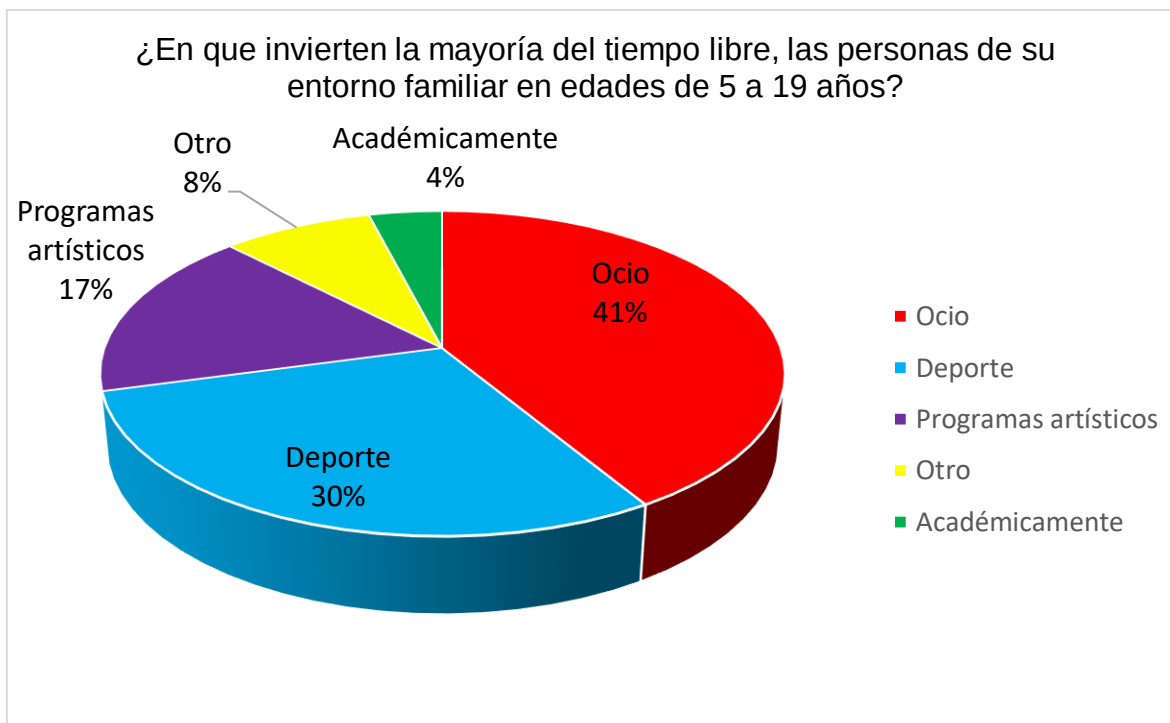


Figura 5 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 4]. Fuente: elaboración propia.

La pregunta 4 de la encuesta representada en la Figura 5 permite analizar el comportamiento de los niños y jóvenes frente al tiempo libre, tradicionalmente la población en este rango de edad invierte su tiempo en el deporte por lo que la cifra de 30% de niños y jóvenes en programas relacionados con esta actividad no es reveladora. Sin embargo, algo sorprendente es la cantidad de esta población que no está inscrita en ningún tipo de programa (41% de niños y jóvenes se dedican al ocio, no forman parte de ninguna actividad extracurricular), lo que se puede ver como una oportunidad ya que es un mercado que no está siendo explotado totalmente.

¿Cree usted que, a los miembros de su entorno familiar en edades de 5 a 19 años, les gustaría formar parte de programas educativos de música en la ciudad?

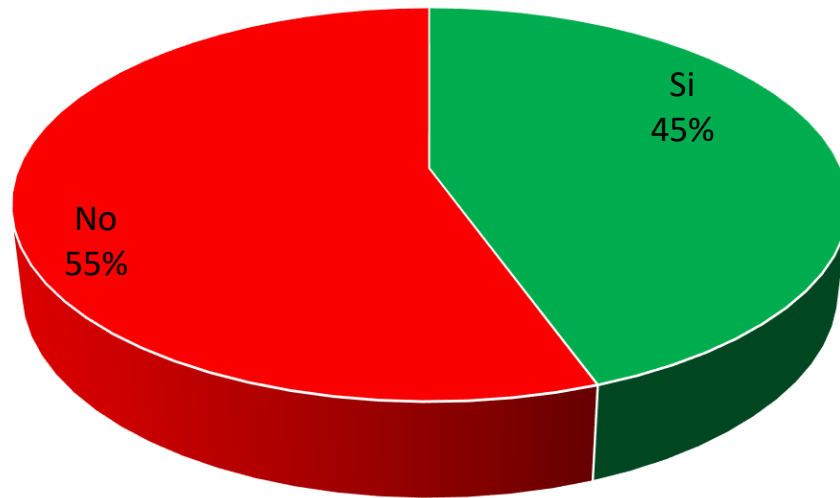


Figura 6 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 5]. Fuente: elaboración propia

El resultado de la pregunta 5 representado en la Figura 6 podría verse desalentador debido a que indica que es más alto el porcentaje de personas que no tienen un grado de interés alto por programas de música en la ciudad de Buga. No obstante, se hace necesario revisar de qué manera volver atractivo la oferta de este tipo de programas, Incluso, un 45% de interés no es para nada insignificante.

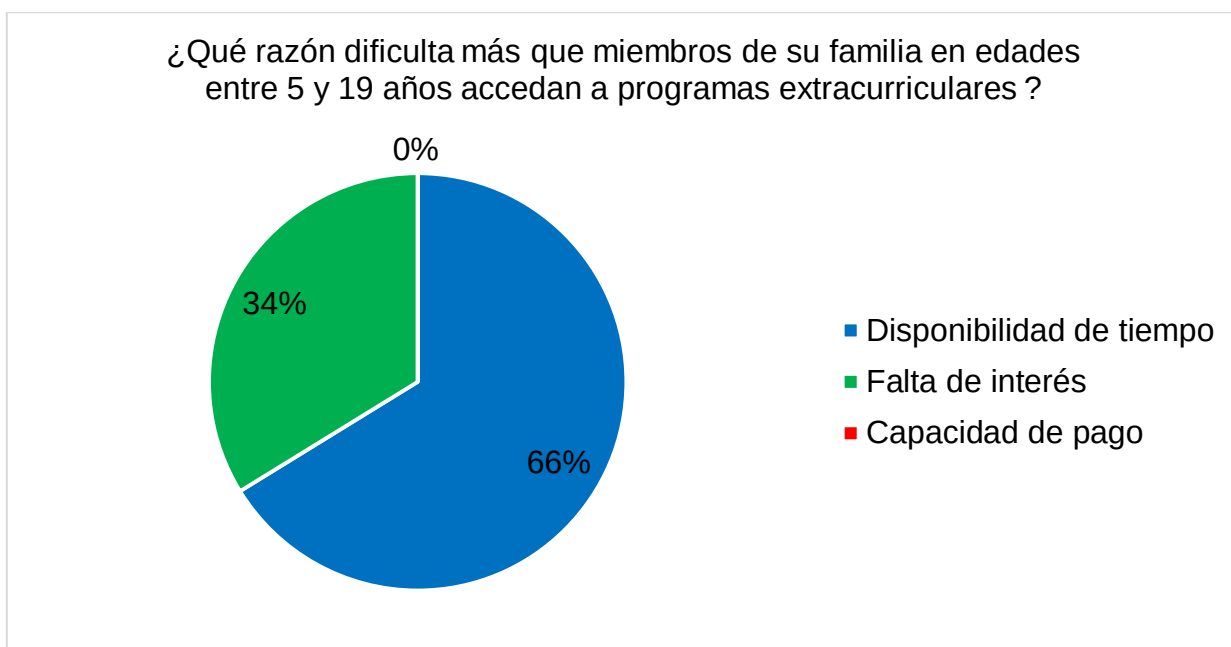


Figura 7 Resultados obtenidos encuesta [pregunta 6]. Fuente: elaboración propia.

De la Figura 7, se analiza las condiciones que dificultan el acceso de la población a programas extracurriculares. En general, se observa que la capacidad adquisitiva de las personas es la causa principal que impiden que personas accedan a ofertas formales de instituciones en la ciudad (58%), se requiere de propuestas que logren cobertura en la ciudad. Por su parte, la falta de interés corresponde a gran parte de la población (30%), es otra variable que debe ser manejada con estrategias que cautiven tanto a niños y jóvenes como sus padres de familia.

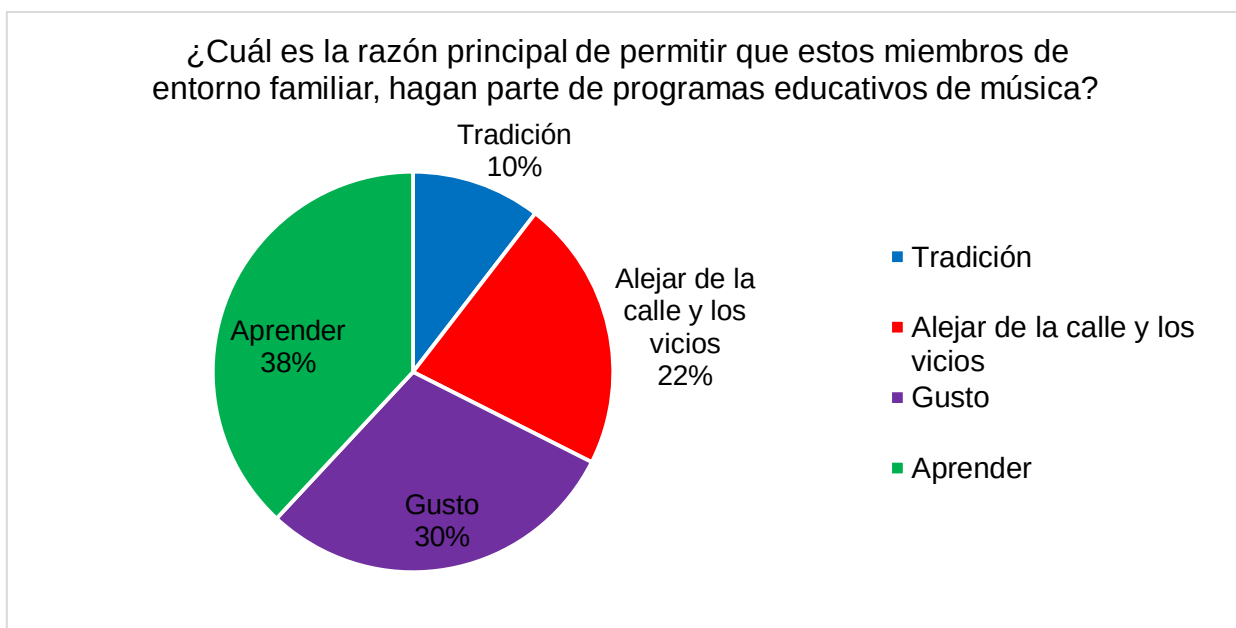


Figura 8 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 7]. Fuente: elaboración propia.

De la Figura 8, se identifica que existe una distribución proporcional entre las razones por las cuales, los jefes de hogar dejarían que los miembros de sus familias hagan parte de programas de música en la ciudad (El 38% de los hogares entrevistados siente que una razón válida para hacer parte de un programa de música es aprender, un 30% por gusto, el 22% por alejar del ocio y el 10% por tradición). Existe un interés de la población por aprender a tocar un instrumento también existe un gusto latente por la música. Otra importante parte de la población tiene la percepción de que las actividades extracurriculares de este tipo permitirían que los miembros de su hogar se alejen de la delincuencia y vicios.

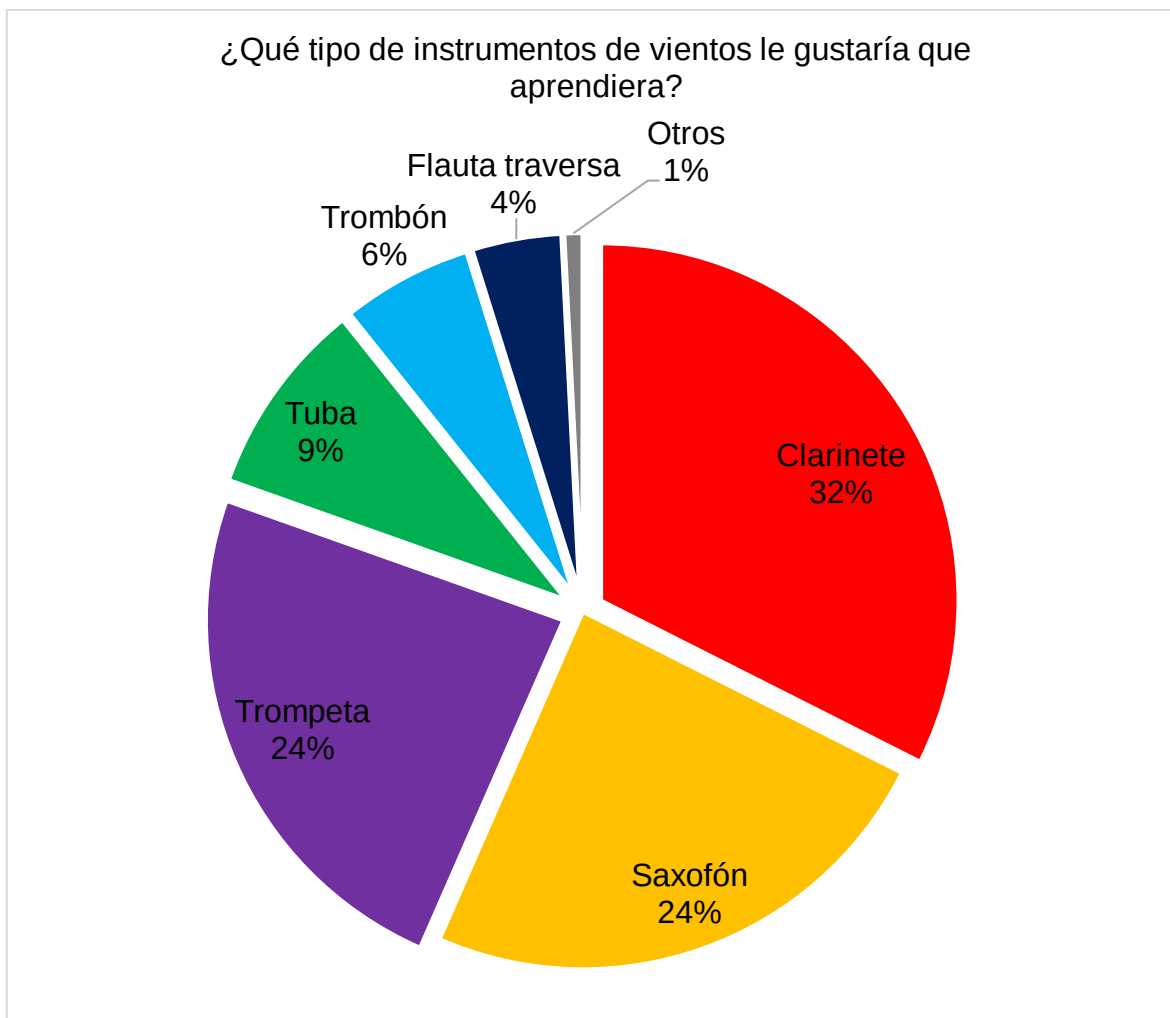


Figura 9 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 8]. Fuente: elaboración propia.

De la Figura 9 se observa que el clarinete, el saxofón y la trompeta son los instrumentos con mayor agrado por parte de los hogares encuestados. Lo que significa que son estos instrumentos de mayor reconocimiento y empatía, por lo que la publicidad inicial debe estar enfocada sobre dichos instrumentos reconocidos tradicionalmente en las familias, la segunda etapa requiere que se realice una campaña de difusión de los demás instrumentos con poca afinidad por parte de las personas del común.

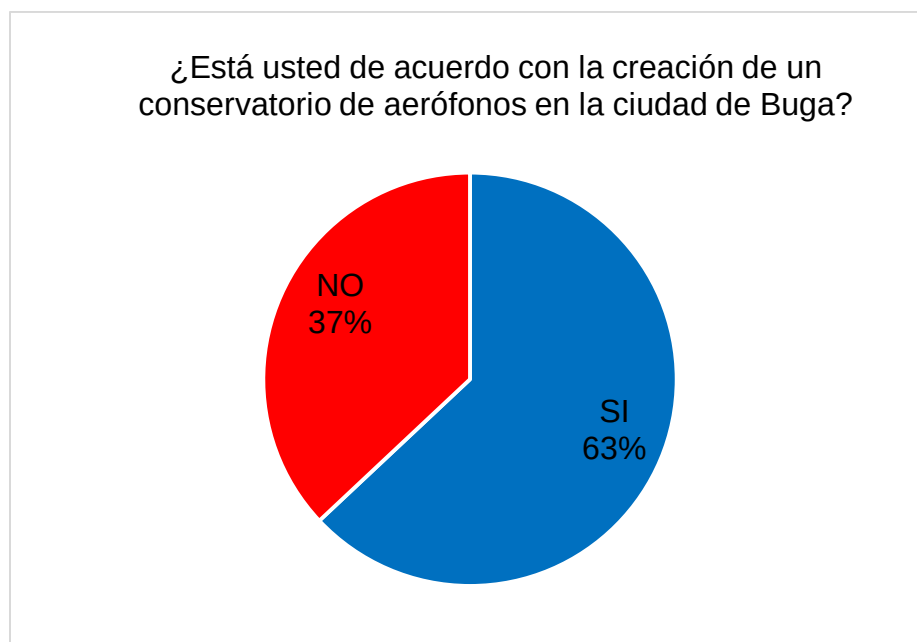


Figura 10 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 9]. Fuente: elaboración propia.

De la Figura 10, se observa que el 63% de los hogares encuestados estarían de acuerdo con la creación del conservatorio de aerófonos en la ciudad de Buga, lo que quiere decir que un 37% piensa que no es necesario ese tipo de institución. Es decir que hay una gran parte de la población a la cual se debe de convencer de la conveniencia para la cultura y la sociedad de un centro de aprendizaje de instrumentos de viento.



Figura 11 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 10]. Fuente: elaboración propia.

De la Figura 11 se observa que el 42% de los hogares encuestados prefieren que los miembros de su familia (niños y jóvenes) asistan a la academia en los horarios de lunes a viernes en la tarde seguido de un 31% por ciento de lunes a viernes en la noche luego se tiene un 21% los sábados en la mañana y tarde por ultimo un 6% de lunes a viernes en la mañanas.

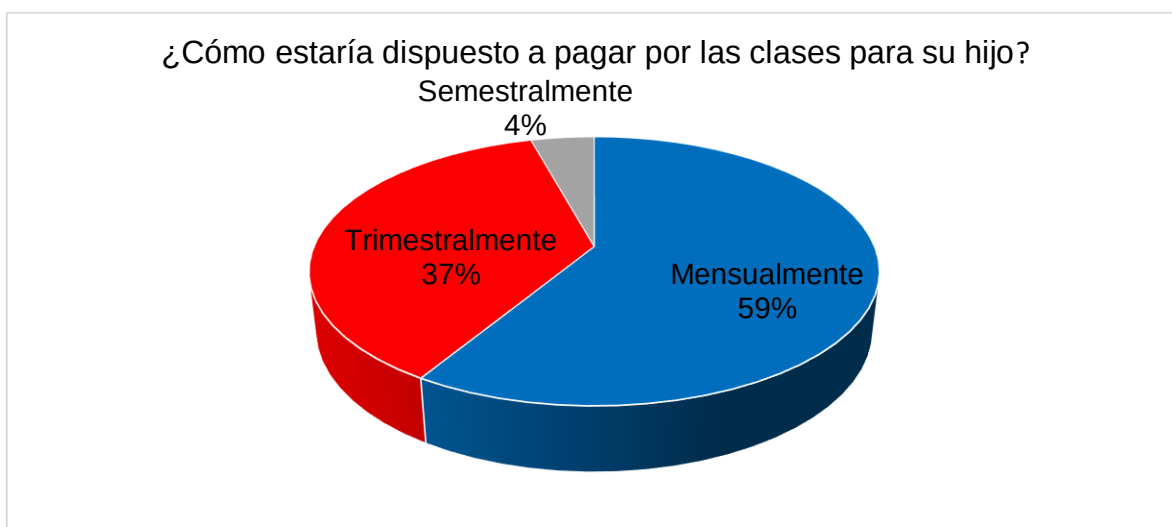


Figura 12 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 11]. Fuente: elaboración propia.

De la pregunta 10, se presenta la Figura 12 dónde se observa la preferencia del pago de clases de música. La mayor parte de los encuestados están de acuerdo con el pago mensual de la matrícula ya que el 59% lo haría de esta manera para que los niños y jóvenes de su hogar pertenezcan a los programas ofrecidos en el conservatorio de aerófonos; el 37% según la encuesta pagaría de manera trimestral; el 4% semestralmente.

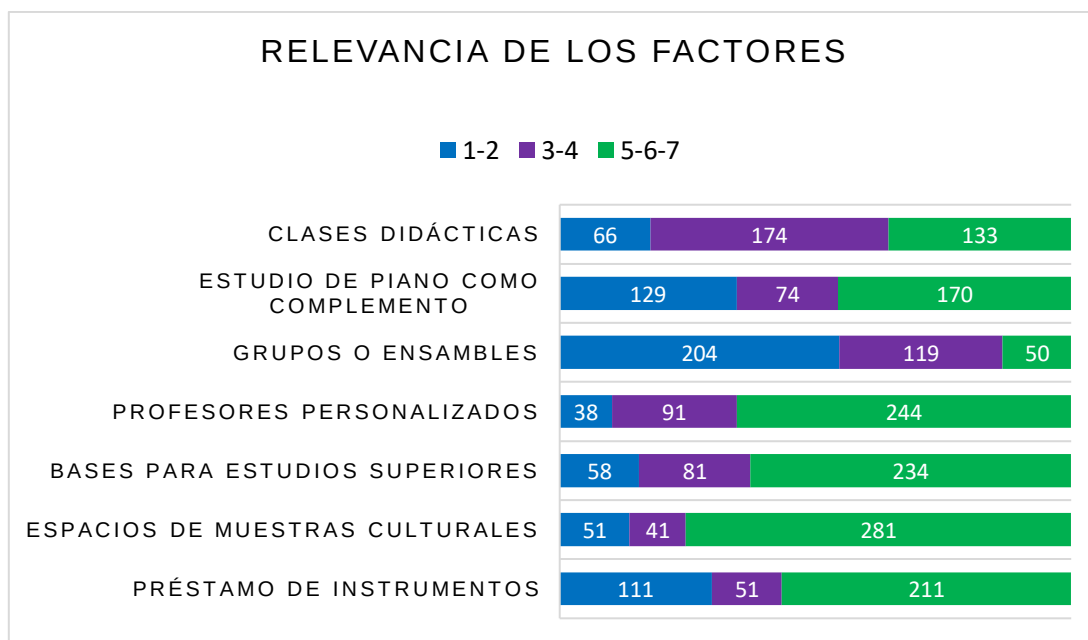


Figura 13 Resultados obtenidos encuesta [Pregunta 12]. Fuente: elaboración propia.

La Figura 13 presenta la percepción de la relevancia de los factores diferenciadores establecidos en la encuesta aplicada. Para un mejor entendimiento de los resultados de la encuesta se agruparon las calificaciones en 1-2, 3-4 y 5-6-7. De esta manera, se logra obtener un orden de importancia con mayor análisis de los datos, el elemento con mayor importancia fue “Espacios de muestras culturales” seguido de “profesores personalizados” y “bases para estudios superiores”.

7.4.1 Correlación de variables

Correlación de variables: Chi-cuadrado	
VARIABLE	Estrato socio económico
	Nivel de significancia
Miembros en el hogar edades 5-19	0,08
Participación en actividades extracurriculares	0,00
Dificultad de acceso	0,00

Tabla 3 Análisis de correlación de variables [1]. Fuente: elaboración propia.

De la Tabla 3, se observa las variables que son dependientes del estrato socio económico. Según el análisis de Chi-cuadrado, se puede inferir que la cantidad de miembros de un hogar con edades de entre 5 -19 años está relacionada con la variable de nivel socio económico, se encontró que la frecuencia marginal es mayor en los estratos 1,2 y3 con respecto a tener más de un miembro familiar en el hogar en este rango de edad. Por otro lado, la cantidad de casos nominales de formar parte de un programa formal de actividades extracurriculares fue mayor en los estratos más altos. Se concluyó además que la capacidad de pago es una de las variables que dificultan con mayor frecuencia que niños y jóvenes de estratos 1,2 y 3 accedan a programas extracurriculares formales en la ciudad de Buga.

Correlación de variables: Chi-cuadrado	
VARIABLE	Decisión de ingresar
	Nivel de significancia
Gusto	0,00

Tabla 4 Análisis de correlación de variables [2]. Fuente: elaboración propia.

La Tabla 4 indica la alta relación de pertenecer a un programa de actividades extracurriculares con la razón de ingreso. Se valida que la opinión de los encuestados es que la mayor motivación de pertenecer a este tipo de organizaciones es el gusto que niños y jóvenes tengan por la oferta de programas de este tipo.

Correlación de variables: Chi-cuadrado	
VARIABLE	Falta de interés
	Nivel de significancia
Oferta de otros programas de musica	0,00

Tabla 5 Análisis de correlación de variables [3]. Fuente: elaboración propia.

La Tabla 5 permite conocer que la dificultad de ingreso de niños a la academia de música por falta de interés está relacionado con la oferta de otros programas relacionados con habilidades artísticas.

7.5 Conclusiones de la investigación de mercados

Los resultados de la encuesta permitieron validar la representatividad de la muestra escogida, identificar las variables más importantes para el caso analizado que facilitan la planeación de las estrategias que conduzcan a la viabilidad del proyecto tanto en su impacto económico como el social y cultural que ejercería en la ciudad de Buga. En términos generales, los resultados revelaron que existe una importante parte del mercado que no está siendo atendida, que el éxito del proyecto dependerá de la adecuación de ofertas académicas acordes a las preferencias e innovación de los servicios a ofrecer con respecto a los programas de música.

De la encuesta también se logra identificar el grado de interés de la ciudadanía por programas musicales de instrumentos de viento que, si bien no es muy alta, tiene un alto potencial debido a la posibilidad de brindar acceso y de cobertura ya que gran parte de la población no hace parte de ningún tipo de actividad extracurricular.

Por lo que refiere al interés de aprender a tocar instrumentos de vientos, se tiene una empatía por instrumentos como el clarinete, el saxofón y la trompeta mientras que existen instrumentos que por ser menos conocidos tienen un nulo grado de interés. Acorde con esta situación es necesario plantear estrategias que ofrezcan paquetes de aprendizaje de interpretación de varios instrumentos para lograr la difusión de aquellos que son de menor eco en la población.

Por otro lado, en cuanto a condiciones y características de la población se logró identificar los horarios de clase con mayor preferencia (lunes a viernes en la tarde), que la forma de pago predilecta es mensualmente, además se conoció que la población considera que las muestras culturales, profesores personalizados y bases para educación superior son los factores de mayor relevancia al estudiar música.

Para finalizar, se debe destacar que el éxito del proyecto dependerá de vender la idea de los beneficios de la música en el desarrollo personal de los niños y jóvenes como individuos, se deben plantear planes y promociones acordes con las

necesidades y expectativas de los involucrados en el proceso de formación de esta población en el rango de edad de 5 a 19 años, de esta manera lograr el acceso y la cobertura de los programas ofertados por el conservatorio de aerófonos en la ciudad de Buga, Valle.

7.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO

7.6.1 Posicionamiento de la marca

El conservatorio de aerófonos (academia Sol y Luna) ofertara programas de aprendizaje de interpretación de instrumentos musicales de viento, los usuarios de estos programas serán los niños y jóvenes habitantes de la ciudad de Buga y municipios aledaños de estratos 1,2 y 3. La sostenibilidad económica de la academia requiere de dirigir alianzas con el sector público y privado para el patrocinio y fomento de las actividades culturales de nuestro conservatorio.

En cuanto al funcionamiento de nuestra academia estableceremos directrices que permitan reconocimiento por la calidad educativa que ofreceremos, entre las políticas de valor de la organización sería la personalización de las clases, la posibilidad de acceder a la instalación para practicar instrumental en horarios extracurriculares, la permanente socialización de los avances en los niveles de los estudiantes patrocinados y particulares por medio de muestras artísticas mensuales y seguimiento del avance de dichos beneficiarios y demás estudiantes.

Los programas dirigidos a los niños y jóvenes que en principio ofertaría la academia Sol y Luna son:

ESTUDIO MUSICAL BASICO I: Principal componente de enseñanza para que los niños y jóvenes que empiezan a entrar en este mundo musical aprendan lo principal sobre la teoría como aprender a leer las partituras, reconocer las notas musicales, interpretar piezas sencillas como también la integración de todos estos componentes para aprender a apreciar las piezas musicales que interprete.

ESTUDIO MUSICAL BASICO II: Componente medio de enseñanza para que los niños y jóvenes que tengan recorrido musical aprendan temas de estructura musical como también de su apreciación y elaboración, como también el diseño como tal para su instrumento de música.

ESTUDIO MUSICAL AVANZADO: Componente avanzado de enseñanza para que los niños y jóvenes que aprendieron música con buenas bases teorías, aprendan a diseñar estructuras musicales y puedan diseñarlas en sus propios instrumentos; como también la apreciación y reconocimiento musical.

CLASES DE INSTRUMENTO: Niños y jóvenes que, con bases teóricas, desean enriquecer sus estudios personalizados en música de su instrumento de viento, esto con miras a mejorar componentes de digitación e interpretación del instrumento.

PREPARACIÓN EXAMÉN DE ADMISIÓN: Se trata de clases personalizadas en teoría musical según los requisitos de los usuarios para los dictados rítmicos y melódicos que se practican; apreciación que va más enfocado a él solfeo y escucha de instrumentos para lograr realizar los dictados de estructuras musicales, escucha de instrumentos, también las clases de instrumento para la preparación de la obra a realizar dentro del examen.

Los programas dirigidos a los PATROCINADORES son:

Tabla 6 Programa de patrocinio, academia Sol y Luna. Fuente: Elaboración propia.

Programa	Descripción
Dirigido a Empresas	Se buscarán alianzas con el sector privado para que contribuyan con donaciones a la entidad ya sea con el propósito de exenciones de tributos o no. Las empresas podrían colaborar con matrículas de estudiantes, con donaciones de instrumentos, financiación de eventos e incluso con bienes materiales y productos.
Dirigido a Fundaciones	Se trata de un proceso de intermediación por el cual fundaciones a nivel nacional e incluso internacional brindaran la oportunidad a personas que deseen contribuir con la financiación de las becas a estudiantes que no tienen la oportunidad de acceder a los programas de la academia de forma
Dirigido al sector publico	Se erradicaran proyectos en el ministerio de cultura, secretarias a nivel regional y local para la financiación de la entidad y a su vez brindar más opciones de becas a estudiantes de bajos recursos.

Dirigido a Personas Naturales	Se buscará financiar la educación de los niños y jóvenes con contribuciones de personas naturales por medio de sus donaciones en efectivo, con un programa de patrocinio donde los donantes pueden hacer un seguimiento del niño o joven al que han decidido apoyar en su proceso de formación y proyecto de vida. Podrán financiar el total de las matrículas y mensualidades o parcialmente.
-------------------------------	--

7.6.2 Estrategias del producto/servicio

El principal diferencial del servicio serán las bases teóricas y de apreciación musical que tendrá el niño; dentro de los cuales hay componentes fundamentales para que el niño aprenda a comprender la música como lo son: ritmo, lectura musical, solfeo, círculos de lectura y armaduras musicales, historia de la música, ensambles, u otros que deseen implementar los docentes.

Tenemos pensado inicialmente comenzar con los más utilizados dentro del mercado que son:

- Vientos-metales: trompeta, trombón
- Vientos-madera: flauta, clarinete y saxofón.

Después de un cierto tiempo donde se presenten mayores utilidades, se dará apertura de nuevos instrumentos que son:

- Vientos-metales: corno francés, barítono y tuba
- Vientos-madera: corno inglés, oboe, fagot.

Dentro de los servicios los tenemos pensado de la siguiente forma:

Tabla 7 Portafolio de servicios de academia Sol y Luna. Fuente: Elaboración propia.

PORTAFOLIO DE SERVICIOS				
ESTUDIO MUSICAL BASICO 1	ESTUDIO MUSICAL BASICO 2	ESTUDIO MUSICAL AVANZADO	CLASES DE INSTRUMENTO	PREPARACIÓN EXAMÉN DE ADMISIÓN
Teoría musical básica (12 horas)	Teoría musical básica (12 horas)	Teoría musical básica (12 horas)	Clases de instrumento (8 horas)	Teoría musical básica (12 horas)

Clase de instrumento (6 horas)	Clase de instrumento (6 horas)	Clase de instrumento (6 horas)	Ensamble grupal (6 horas)	Apreciación musical (12 horas)
Ensamble grupal (6 horas)	Ensamble grupal (6 horas)	Ensamble grupal (6 horas)		Clase de instrumento (6 horas)
Precio:113.125	Precio:113.125	Precio:113.125	Precio: 93750	Precio:95000

7.6.3 Estrategia de precio

Dentro de las estrategias de precio tanto para particulares y posibles patrocinadores, tenemos un precio de rango medio que permita la sostenibilidad del modelo de negocio. En comparación con los precios de la competencia a nivel local, estamos en un punto estable entre costo-beneficio.

Se tendrán facilidades para la obtención del servicio dirigido a los niños y jóvenes de la ciudad:

- Reducción de hasta un 50% de la mensualidad por altos rendimiento académico en las instituciones oficiales de la ciudad (Alianza con la secretaría de educación).
- Para personas de escasos recursos, se ofrece la posibilidad de ser becados por las distintas modalidades descritas en la Tabla 6.
- Se ofrecerán becas anualmente por parte de la organización, con la utilidad generada en el año fiscal (Bajo la condición de superávit).

7.6.4 Estrategia de plaza y distribución

Nuestro principal canal de distribución serán las redes sociales y la página web; hoy en día las personas por cuestiones laborales o de otra índole tienen poco tiempo para desplazarse a averiguar sobre productos y servicios, es por esto que vemos que la mayoría de las empresas ya implementan la parte digital que los lleva a una mejor conexión con el mercado que desean atender.

Es por esto que nosotros pensamos ofrecer nuestros servicios vía página web y redes sociales, todo esto para lograr:

- Facilidad a las personas de que conozcan nuestros servicios y actividades culturales, para que lleguen a hacer posibles clientes.

- Conexión y capacidad de respuesta inmediata para las personas en las redes sociales y pagina web.
- Lograr una disminución de desplazamiento de los posibles clientes que no puedan o quieran desplazarse para su comodidad, logrando que nuestro servicio pueda obtenerse por internet o redes sociales
- Lograr el conocimiento para la comunidad de nuestros proyectos y servicios en función de mejorar la cultura de los niños y jóvenes de la ciudad.

Dentro de las estrategias de plaza, buscaremos estar en un sitio estratégico al norte de la ciudad ya que una importante parte de la población de estratos bajos está localizada en este sector.

7.6.5 Estrategia de promoción y fidelización

Los patrocinadores o particulares podrán pagar a 2 miembros de una familia con el costo de una sola matricula o mensualidad.

Promoción de servicios visuales: con los principales docentes se harán muestras de sus conocimientos para incentivar a los niños a aprender un instrumento en específico, esto con miras a atraer a los niños a un instrumento que para los niños y jóvenes puede ser “menos atractivo”. Estas imágenes o videos serán promocionados en las redes sociales para atraer a posibles clientes.

Evento cultural de apertura: pensamos realizar un evento al termino de 6 meses de abrir el conservatorio, para mostrar las habilidades de los niños y jóvenes dentro de la educación musical que brindamos, para que la sociedad en general lo conozca.

Eventos en los centros educativos: implementar muestras culturales para las instituciones que no cuenten con este tipo de proyectos culturales y puedan vincular a sus niños a hacer cultura dentro de la ciudad.

7.6.6 Estrategia de comunicación y publicidad

Para la apertura del conservatorio de música realizaran eventos de mercadeo como:

- Dos meses antes de la inauguración se dará inicio con anuncios publicitarios en las principales redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), como también en los medios de difusión de la ciudad de Buga.
- Se realizarán tarjetas de presentación para todos los posibles clientes.

- Se utilizarán pasacalles en las calles principales de la ciudad y con previo permiso de la Alcaldía Municipal para informar a la ciudadanía del negocio naciente.
- Se repartirán volantes publicitarios por sectores estratégicos en la ciudad de Buga, como también a las afueras de las instituciones educativas.
- Crear una plataforma web, en la cual las personas puedan encontrar la variedad de servicios que se tienen, y de esta manera puedan solicitar su pedido sin necesidad de moverse de su residencia.

7.7 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO

Tabla 8 Presupuesto de mezcla de mercado. Academia Sol Y luna. Fuente: Elaboración propia.

<i>PRESUPUESTO MEZCLA DE MERCADO</i>	<i>COSTO</i>
<i>Material publicitario</i>	1.000.000
<i>Tarjetas de presentación, panfletos, contenido programado</i>	700.000
<i>Avisos publicitarios</i>	300.000
<i>Marketing digital</i>	1.200.000
<i>Pagina web</i>	800.000
<i>Redes sociales</i>	200.000
<i>Otro tipo de difusiones</i>	200.000
<i>eventos culturales</i>	1.198.669
<i>Sonido (micrófono)</i>	130.000
<i>Refrigerios</i>	868.669
<i>Sillas adicionales</i>	200.000
<i>Muestra musical centros educativos retirados</i>	1.000.000
<i>Trasporte</i>	600.000
<i>Refrigerios</i>	40.000
<i>Total</i>	8.437.669

7.8 SERVICIOS

Para entender el funcionamiento del conservatorio de música. Vamos a dar conocer primero los instrumentos que se piensan dar a la enseñanza de los niños. Estos son instrumentos de vientos y están clasificados en vientos-madera y vientos metales. A continuación, se describen:

INSTRUMENTOS		DEFINICION
CLARINETE	 Recuperado de: http://www.el-atril.com/orquesta/Instrumentos/Clarinete.htm	El clarinete es un instrumento de viento-madera que se toca soplando y está hecho de madera (generalmente de color negra). Para poder hacer diferentes notas, hay que tapar los agujeros con los dedos o apretar las llaves metálicas. Tiene una embocadura de caña sencilla que va sujeta a la boquilla mediante una abrazadera.
SAXOFÓN	 Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Saxof%C3%B3n_alto	El saxofón, aunque está hecho de metal, pertenece a la familia del viento-madera porque tiene una embocadura de caña sencilla, que va sujeta a la boquilla a través de una abrazadera, muy parecida a la embocadura del clarinete. Para poder hacer diferentes notas, hay que apretar las llaves metálicas con los dedos. El saxofón no es un instrumento típico de las orquestas clásicas, pero lo podemos oír habitualmente en las bandas y grupos de jazz.
TROMPETA	 Recuperado de: http://www.el-atril.com/orquesta/Instrumentos/Trompeta.htm	La trompeta es un instrumento de boquilla en forma de taza, con un tubo de diámetro reducido, cilíndrico en los tres primeros cuartos de su longitud aproximadamente, que se abre luego para terminar en un pabellón de dimensiones medianas. Consecuencia directa de la diferencia de longitud del tubo es el registro más agudo de la trompeta moderna, así como su sonido más brillante y más resonante se debe a la forma del tubo, del pabellón y de la boquilla.
TUBA	 Recuperado de: http://www.el-atril.com/orquesta/Instrumentos/Tuba.htm	Instrumento más grave de su familia (viento metal). Consta de un tubo cónico de unos cinco metros y medio que se va haciendo grande a medida que se acerca a la campana o pabellón. La boquilla de la tuba se coloca al principio del tubo y es en semiesfera igual que la de la trompeta y el trombón. Igual que otros instrumentos de viento metal, contiene un sistema de válvulas que alarga o acorta el tubo.
TROMBÓN	 Recuperado de: http://orfeoed.com/melomano/2017/articulos/el-trombon-bajo-por-stephan-loyer/	Es un instrumento musical aerófono de la familia de viento-metal. El sonido se produce gracias a la vibración de los labios del intérprete en la parte denominada boquilla a partir de la columna del aire (flujo del aire). Las diferentes notas se obtienen por el movimiento de un tubo móvil, denominado vara, alargando la distancia que el aire en vibración debe recorrer, produciendo de este modo sonidos que también se pueden controlar con una mayor o menor presión del aire soplado por el intérprete en la vara, más se alarga la columna de aire y el sonido producido es más grave, cada posición bajo que la anterior.

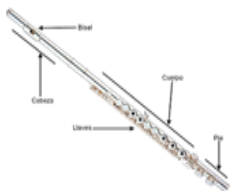
FLAUTA TRAVERSA	 Recuperado de: https://losinstrumentosmusicales.wordpress.com/instruments-de-vent/vent-fusta/flauta-traversera/	La flauta travesera, a pesar de estar hecha de metal, pertenece a la familia del viento-madera porque las primeras flautas que se construyeron eran todas de madera, pero con la aparición de las máquinas comenzaron a construirse mayoritariamente de metal. La flauta travesera tiene una embocadura de bisel. Para poder hacer diferentes notas, hay que apretar las llaves metálicas con los dedos.
FAGOT	 Recuperado de: https://losinstrumentosmusicales.wordpress.com/instruments-de-vent/vent-fusta/fagot/	El fagot es un instrumento de viento-madera porque se toca soplando y está construido de madera (generalmente de color granate). Tiene una embocadura de lengüeta de doble caña. Para poder hacer diferentes notas, hay que tapar los agujeros con los dedos o apretar las llaves metálicas. El fagot es el instrumento más grande de la sección de viento-madera y por eso puede hacer las notas más graves.

Figura 14 Instrumentos que se usaran en el desarrollo misional de la academia Sol y Luna. Fuente: Elaboración Propia.

7.9 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura del conservatorio de música va a ser inicialmente sencilla, debido a que será una microempresa y con poco personal. Dentro de ella funcionaran:

GERENTE GENERAL

Es el encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar. Conseguir el personal adecuado de docentes como también evaluar los planes de trabajos para los niños y jóvenes. Buscará también realizar tareas de publicidad para cumplir con el mercado meta.

Encargado de proporcionar los conocimientos de la música a los niños y jóvenes; tomando en cuenta sus edades, avances, teniendo un método de pedagogía didáctico que les permita tener la capacidad de aplicar la teoría musical básica a la hora de ejecutar su instrumento.

FUNCIONES BASICAS

- Asegurar el cumplimiento del plan de trabajo y proyectos.
- Aportar de forma creativa a las propuestas culturales de los maestros
- Atender de forma amable las necesidades de los clientes

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Revisar y proyectar los planes de trabajo de los diferentes docentes.
- Establecer proyecciones y metas de venta
- Realizar proyectos que ayuden a fortalecer la publicidad y conocimiento del proyecto.

PERSONAS A CARGO: Tiene a cargo a los docentes y secretaría.

ESTUDIOS

- ✓ Profesional en administración de empresas o carreras afines con mínimo 2 años de experiencia
- ✓ Conocimientos básicos en música
- ✓ Formación en marketing digital
- ✓ Formación en gestión de proyectos

HABILIDADES

- ✓ Liderazgo
- ✓ Comunicación
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Toma de decisiones
- ✓ Habilidades musicales

DOCENTE DE ESTUDIO MUSICAL BASICO

Es la persona encargada de dar bases teorías musicales a los niños y jóvenes; tomando en cuenta sus edades, avances, teniendo un método de pedagogía didáctico.

FUNCIONES BASICAS

- Atender de forma amable las necesidades de los clientes
- Aportar ideas para el mejoramiento del servicio
- Adecuar los programas a las necesidades y capacidades de los diferentes niños

FUNCIONES ESPECIFICAS

- Diseñar los planes de trabajo de estudio musical básico.
- Establecer los recursos adecuados para la ejecución de los estudios musicales
- Diseñar o proyectar ensambles de las diferentes clases.

PERSONAS A CARGO: docentes de instrumento que le rendirán cuentas de las actividades que están llevando a cabo para agendarlas.

ESTUDIOS

- ✓ Profesional en licenciatura música
- ✓ Conocimientos básicos en proyectos culturales

HABILIDADES

- ✓ Escucha empática
- ✓ Comunicación
- ✓ Estimulo
- ✓ Creatividad
- ✓ Organización
- ✓ Carismático

DOCENTE DE INSTRUMENTO DE VIENTOS – MADERA

Encargado de transmitir sus conocimientos a los niños y jóvenes de su instrumento; el buen uso de él, su limpieza, uso ergonómico. Como también ejercicios de respiración y calentamiento que le ayuden a mejorar en su instrumento.

FUNCIONES BASICAS

- Atender de forma amable las necesidades de los clientes
- Aportar ideas para el mejoramiento del servicio
- Adecuar los programas a las destrezas y capacidades de los diferentes niños

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Diseñar el plan de trabajo personalizado para el instrumento específico.
- Realiza actividades específicas para el fortalecimiento de destrezas en el instrumento en conjunto con la teoría.

REPORTA A: el docente de vientos-madera, reporta sus actividades tanto al administrador y docente de estudio musical básico para la agenda y ejecución de actividades durante la enseñanza.

ESTUDIOS

- ✓ Profesional en música con 1 año de experiencia en la enseñanza de instrumentos viento-madera preferiblemente a niños y jóvenes.
- ✓ Conocimiento de los instrumentos vientos -madera (practicante de uno de estos)
- ✓ Conocimientos en pedagogía

HABILIDADES

- ✓ comunicación
- ✓ estimulo
- ✓ organización
- ✓ carismático
- ✓ creatividad
- ✓ estrategias docentes

DOCENTE DE INSTRUMENTO VIENTOS-METALES

Encargado de transmitir sus conocimientos a los niños y jóvenes de su instrumento; el buen uso de él, su limpieza, uso ergonómico. Como también ejercicios de respiración y calentamiento que le ayuden a mejorar en su instrumento.

FUNCIONES BASICAS

- Atender de forma amable las necesidades de los clientes
- Aportar ideas para el mejoramiento del servicio
- Adecuar los programas a las destrezas y capacidades de los diferentes niños

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Diseñar el plan de trabajo personalizado para el instrumento específico.
- Realiza actividades específicas para el fortalecimiento de destrezas en el instrumento en conjunto con la teoría.

REPORTA A: el docente de vientos-madera, reporta sus actividades tanto al administrador y docente de estudio musical básico para una adecuada agenda y ejecución de actividades durante la enseñanza.

ESTUDIOS

- ✓ Profesional en música
- ✓ Conocimiento de los instrumentos vientos-metal (practicante de uno de estos)
- ✓ Conocimientos en pedagogía

HABILIDADES

- ✓ comunicación
- ✓ estimulo
- ✓ organización
- ✓ carismático
- ✓ creatividad
- ✓ estrategias docentes

SECRETARIA

Encargada de la recepción de papeles, matriculas, registros, pagos. Cuidado de préstamo y devolución de instrumentos. Como también velar por la publicidad e información de los programas.

FUNCIONES BASICAS

- Atender de forma amable las necesidades de los clientes
- Aportar ideas para el mejoramiento del servicio
- Verificar el cumplimiento de los planes de trabajo

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Organizar los proyectos musicales de los docentes.
- Organizar la parte contable de la organización.
- Facilitar los espacios, instrumentos y salones para los estudiantes.

REPORTA A: la secretaria debido a toda la información que maneja le reporta al administrador o gerente del conservatorio de música.

ESTUDIOS

- ✓ Carrera técnica en secretariado gerencial o carreras afines
- ✓ Formación en gestión de proyectos
- ✓ Formación en diseño y publicidad.

HABILIDADES

- ✓ comunicación
- ✓ organización
- ✓ trabajo en equipo
- ✓ toma de decisiones
- ✓ creatividad

7.10 Estrategia Organizacional

Misión

El conservatorio de aerófonos de la ciudad de Buga se dedica a la educación complementaria para niños y jóvenes que deseen aprender un instrumento de viento, ofrecemos una educación que apalanque a los estudiantes a tener destinos artísticos que complementen su vida diaria; que promueva además el entretenimiento, diversión y aprendizaje cultural, Como también un posible destino hacia profesiones de artes integradas.

Propósito

No solo vendemos un servicio, queremos que los niños y jóvenes aprendan a tocar instrumentos de música, que aprendan a “distraerse” de forma productiva que le de competencias y aptitudes para su vida profesional. Tenemos el objetivo de ver cada vez menos niños y jóvenes incluidos o asociados a la violencia, permitir que un niño en vez de un arma empuñe un instrumento.

Visión

El conservatorio de aerófonos para el año 2022 quiere complementar sus servicios con otro tipo de instrumentos; ya sean percusión o cuerdas. Como también aumentar su porcentaje de participación en el mercado de niños y jóvenes que estén dentro de los estratos 1 y 2 como propósito de inclusión. Posicionarse en el sector musical el mejor centro educativo para niños y jóvenes en las edades de 5 a 19 años.

7.11 Matriz de estrategias FODA

Tabla 9 Matriz de estrategias FODA academia de música de Viento Sol y Luna.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANALISIS FODA	1- Personal calificado 2- Favorecer la promoción música de la ciudad 3- Programa publicitario 4- Apoyo a otras actividades culturales 5- Enriquecer conocimientos culturales de niños y jóvenes	1- Gama reducida de instrumentos que ofrecer 2- Espacio físico reducido 3- Falta de reconocimiento en el mercado 4- Capital inicial reducido 5- Falta de compromiso por los estudiantes
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1- Sistemas de información en los procesos educativos 2- Ley 115 de 1994 (ley general de educación) 3- Ley 1098 de 2006 (código de la infancia y adolescencia) 4- Aumento en el nivel de empleo 5- Nivel educativo	- Promover la cultura por medio de los derechos de infancia y adolescencia, derecho a la educación e inclusión en ella. - Permitir el alcance de una educación cultural de los niños que no han podido tenerla por falta de acceso	- Buscar un reconocimiento en el mercado por medio de un sistema que de nuestra información en los procesos educativos - Buscar patrocinios por parte de los entes gubernamentales que dan ayudas para la educación
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1- Inflación 2- Impuestos 3- Índice de precios al consumidor 4- Acceso a tecnología e innovación 5- Infraestructura tecnológica	- Vincularse como empresa reconocida que promueve la cultura y su inclusión en ella para reducir los impuestos que la empresa genera - Utilizar las plataformas tecnológicas que se están generando en la ciudad para enriquecer su uso en la educación.	- Proyectar el uso de tecnologías en el estudio de la música para evitar el desinterés y compromiso de los estudiantes. - Crear una infraestructura adecuada con tecnología que permita innovar en la educación complementaria de los niños

7.12 Plan operativo (cronograma de actividades)

Tabla 10 Cronograma de actividades, Inauguración academia de música Sol y Luna. Fuente: Elaboración propia.

Actividad	Inicio	Final	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Buscar conexiones con posibles proveedores	Mes 1	Mes 1												
Buscar posibles patrocinadores y conexiones en el mercado	Mes 1	Mes 2												
Realizar diseños y posibles planes de trabajo	Mes 2	Mes 8												
Realizar diseño y creación de la publicidad	Mes 2	Mes 3												
Realizar diseño de la agenda cultural a manejar	Mes 3	Mes 4												
Elaborar registro de la matrícula mercantil	Mes 4	Mes 4												
Ejecutar actividades de promoción para la inauguración	Mes 5	Mes 6												
Realizar difusión en redes sociales y demás canales	Mes 7	Mes 12												
Llevar a cabo acuerdos con proveedores	Mes 7	Mes 8												
Gestionar posibles padrinos para el programa	Mes 8	Mes 9												
Reforzar de contenidos en las redes sociales u otras formas de publicidad	Mes 10	Mes 12												
Llevar a cabo actividad de inauguración cultural del conservatorio	Mes 11	Mes 12												

7.12 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Organigrama

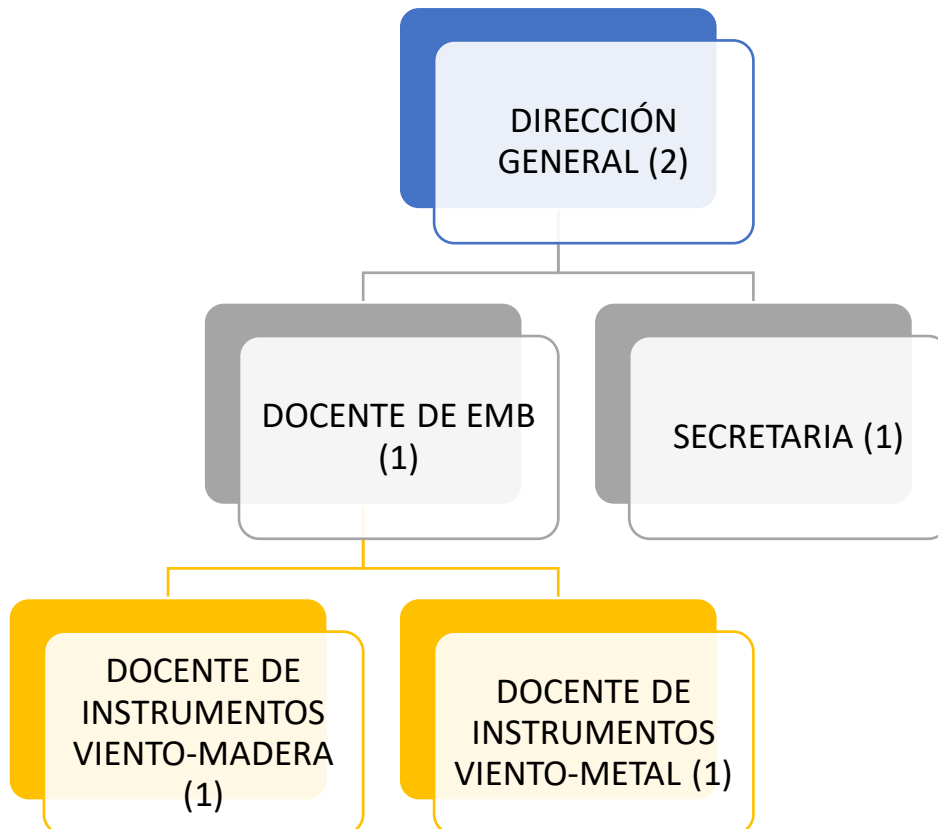


Figura 15 Organigrama general academia de música Sol y Luna. Fuente: Elaboración propia.

7.13 ASPECTOS LEGALES

Actividad económica

Según la CIIU tiene por finalidad establecer una clasificación uniforme de las actividades económicas productivas. Su propósito principal es ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para la reunión y presentación de estadísticas de acuerdo con esas actividades:

- **SECCIÓN O:** otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales (divisiones 90 a 93)
- **DIVISIÓN 92** – actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas
- **GRUPO: 924** – actividades deportivas y otras actividades de esparcimiento

Esta clase incluye:

- Las actividades relacionadas con la recreación que no están clasificadas en otra parte de esta división.
- Actividades recreativas realizadas en parques y playas, incluyendo el alquiler de instalaciones tales como casetas con duchas, casilleros, sillas, etc.
- Funcionamiento de instalaciones de transporte para fines recreativos como puertos deportivos.
- Actividades de contratación de actores para obras cinematográficas, de televisión y de teatro.
- Ferias y espectáculos recreativos.
- El alquiler de equipo de recreo y esparcimiento como parte integrante de las instalaciones de recreo.
- Funcionamiento de juegos (máquinas) de entretenimiento accionados con monedas.

Esta clase excluye:

- Las actividades realizadas por agentes y/o agencias en nombre de particulares para obtener contratos de actuación en películas cinematográficas, y se incluyen en la Clase 7499 Otras actividades empresariales ncp.
- Las demás actividades de entretenimiento, como las de producción de espectáculos circenses y las de salas de baile, y se incluyen en la Clase 9219 Otras actividades de entretenimiento ncp.
- El adiestramiento de perros guardianes, y se incluye en la Clase 7492 Actividades de investigación y seguridad.

- Las unidades económicas cuya actividad principal es la prestación de los servicios de juegos de azar y apuestas, y se incluyen en la Clase 9242 Actividades de juegos de azar.⁸⁶

Sociedad por Acciones Simplificada SAS

En cuanto a los aspectos legales que se necesitan para conformar el conservatorio de aerófonos para niños y jóvenes, se plantea que la empresa será en sociedad por acciones simplificada; consideramos la más adecuada porque nos permite conformarla sin un número mínimo de accionistas y tiene control ya que se conforma legalmente en privado en la cámara de comercio. Como también tener ventajas como no estando obligadas a especificar el objeto social. Tampoco se les exige crear una junta directiva ni la revisoría fiscal. La responsabilidad se limitará a la aportación de cada accionista.

Pasos para crear el conservatorio de música⁸⁷:

Paso 1. Consulte que sea posible registrar el nombre su compañía, es decir, que está disponible por no ser el de ninguna otra.

Paso 2. Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios; y entre ellos y la sociedad. Recomendamos cualquiera los siguientes.

Paso 3. PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.

Paso 4. Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.

Paso 5. Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.

Paso 6. Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.

⁸⁶ DANE. Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas. Revisión 3.1 adaptada para Colombia. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/ciiu/CIIURev31AC.pdf>

⁸⁷ Gestión legal consultores. 10 pasos para crear una empresa en Colombia. Revista emprende. Recuperado de: <http://mprende.co/legal/10-pasos-para-crear-una-empresa-en-colombia>

Paso 7. Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que, en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

Paso 8. En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.

Paso 9. Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.

Paso 10. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

Paso 11. Los permisos pertinentes para realizar actividades, convenios, exposiciones con las instituciones educativas y secretaria de cultura.

Paso 12. De igual forma se debe de cumplir con los requisitos exigidos en el artículo 87 del nuevo código de policía, en especial: La comunicación de la apertura del establecimiento, al comandante de estación o subestación de Policía del lugar donde funciona el mismo, por el medio más expedito o idóneo, que para tal efecto establezca la Policía Nacional.⁸⁸

Paso 13. Obtener certificado del departamento de bomberos municipal.

Por otro lado, en cuanto a las tarifas que van a manejar la empresa para inscribirse en la cámara de comercio, podemos ver que será una tarifa inicial de \$41.000 por la cantidad de activos que se tendrán al iniciar el conservatorio como también, un total de \$54.600 por causas de inscripción de libros y documentos en el registro mercantil. Por último, se debe tomar en cuenta que se deben de asumir el costo de \$522,000 por concepto de la inscripción de cada persona proponente en el registro mercantil. (Ver *Anexos 1* y *Anexos 2*)

⁸⁸ Policía Nacional de Colombia; Comunicación de apertura de Establecimientos. Recuperado de: <https://www.policia.gov.co/codigo-nacional-policia/comunicaci%C3%B3n-apertura-establecimientos>

8. MODULO FINANCIERO

En este capítulo se establece la viabilidad financiera y económica de la creación de un conservatorio de aerófonos enfocados en la población infantil y juvenil de Guadalajara de Buga.

8.1 PLAN DE INVERSIÓN

En las Tabla 11, Tabla 12 y Tabla 13 se describen los diferentes activos fijos requeridos para la creación de la academia de música Sol y Luna. Asimismo, se presenta los diferidos en la Tabla 14 y que junto con la Tabla 8 que contiene el presupuesto de publicidad conforman los amortizables.

Tabla 11 Activos fijos [Muebles y enseres]. Fuente: Elaboración propia

Muebles y equipos de oficina			
Concepto	Unidades	Valor unidad	Valor total
Computadora	3	1.500.000	4.500.000
Impresora	2	380.000	760.000
Camara digital	1	600.000	600.000
Escritorios	3	300.000	900.000
Sillas de oficina	3	180.000	540.000
Archivadores	2	600.000	1.200.000
Papeleras	5	15.000	75.000
Tableros	4	100.000	400.000
Pupitres	100	80.000	8.000.000
Sillas de auditorio	100	120.000	12.000.000
TOTAL			28.975.000

Tabla 12 Activos fijos [Equipos]. Fuente: Elaboración propia

Equipos de comunicación y computación			
Concepto	Unidades	Valor unitario	Valor total
Telefono	2	150.000	300.000
Amplificación y parlantes	1	2.700.000	2.700.000
Video beam	2	278.000	556.000
Microfono	2	700.000	1.400.000
TOTAL			4.956.000

Tabla 13 Activos corrientes [Instrumentos musicales]. Fuente: Elaboración propia

Inversión en instrumentos				
Concepto	Unidades	Valor Unitario	Valor total	
Clarinete	15	360.000	5.400.000	
Saxofon	10	742.000	7.420.000	
Trompeta	15	320.000	4.800.000	
Tuba	3	2.000.000	6.000.000	
Trombon	10	400.000	4.000.000	
Flauta traversa	15	230.000	3.450.000	
Fagot	1	3.400.000	3.400.000	
Piano	2	1.500.000	3.000.000	
Otros instrumentos			10.000.000	
TOTAL			47.470.000	

Tabla 14 Activo corriente [Diferidos]. Fuente: Elaboración propia.

Gastos preoperativos (Diferidos)	
Concepto	Valor total
Notaria	\$ 200.000
Matricula Mercantil	\$ 1.090.000
Impuesto de Registro	\$ 76.300
Estampilla y formulario	\$ 150.000
Sistemas de Información	\$ 350.000
Registro de marca	\$ 800.000
SUBTOTAL	\$ 2.666.300

Tabla 15 Capital de trabajo. Fuente: Elaboración propia.

Capital de trabajo	MESES				
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Gastos operacionales primer año	230.491.002	239.620.636	245.944.988	252.556.992	259.469.520
Efectivo minimo	915.000	998.400	1.090.253	1.191.234	1.302.054
CT	77.745.334	80.871.945	83.071.915	85.376.898	87.791.894
VARIACIÓN CT	(77.745.334)	(3.126.611)	(2.199.970)	(2.304.982)	(2.414.996)

La Tabla 16 presenta el consolidado de la inversión total requerida para la iniciación del proyecto. Se requiere de **\$170.249.972** recursos que serán obtenidos por aportes sociales y préstamos bancarios, la composición de esta inversión se presenta en la Tabla 17, se estableció como supuesto que la inversión propia tomaría mayor participación en la composición de la inversión total.

Tabla 16 Inversión total inicial. Fuente: Elaboración propia.

ACTIVOS FIJOS	81.401.000
AMORTIZABLES	11.103.638
INVERSIÓN CT	77.745.334
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	170.249.972

Tabla 17 Composición de la inversión. Fuente: Elaboración propia.

COMPOSICIÓN DE LA INVERSIÓN		
Aporte de socios	60%	102.149.983
Bancos	40%	68.099.989

8.2 Financiación de la inversión

Se requiere financiar el 40% de la inversión total que corresponde a \$ 68.099.989 pesos (ver Tabla 17). En la actualidad existen muchos tipos de créditos que incentivan la creación de empresas debido a la importancia que tienen las pequeñas y medianas empresas en la economía nacional, se han dispuesto varias formas de crédito con fácil acceso.

Por lo tanto, a partir de la revisión de distintos tipos de créditos inversión para creación de empresas PYMES (crédito mayor a 60 millones de pesos), la tasa de interés promedio es alrededor del 8,5% EA.

En la Tabla 18 se presenta la amortización. Se logra un periodo de gracia durante el primer año, solo se pagan intereses.

Tabla 18 Financiación. Fuente: Elaboración propia.

Financiación	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Saldo Inicial	68.099.989	68.099.989	68.099.989	52.422.759	35.879.362	18.421.942
Interés		5.788.499	3.762.524	2.896.357	1.982.335	1.017.812
Pago		5.788.499	\$ 19.439.754	\$ 19.439.754	\$ 19.439.754	\$ 19.439.754
Abono Capital		-	15.677.230	16.543.397	17.457.420	18.421.942
Saldo Final	68.099.989	68.099.989	52.422.759	35.879.362	18.421.942	-

8.3 Proyección de ingresos

En Anexos 3 se presenta la demanda para los 5 años de proyección. La cantidad de estudiantes se calculó con base a la cantidad de hogares en la ciudad de Buga de estratos 1,2 y 3. Se estimó un mercado potencial de aproximadamente 500 hogares de un total de 8.158 hogares en dichas condiciones socio económicas y con miembros de 5 a 19 años, es decir que se estaría atendiendo el 5% del total de la población. En función de plantear un escenario moderado, se hizo el supuesto de iniciar con una cobertura del 60%.

Por otro lado, la variación de los precios al público se estimó en un 4% anual tomando en cuenta el IPC y la inflación registrada en los últimos años.

8.4 Costos de funcionamiento y gastos administrativos

Los costos de funcionamiento de la academia de música Sol y Luna están constituidos básicamente por arrendamientos, servicios públicos, aseo y vigilancia. En Anexos 8 Se presentan la proyección de dichos costos, el crecimiento de los costos tomaron como referencia el IPC.

Los gastos operativos de la academia están constituidos por los salarios y prestaciones respectivas de los integrantes de la organización. Por su parte, otros gastos corresponden a promociones, descuentos y becas, se estipula como política que al menos un 5% del total de estudiantes serán beneficiados con estas oportunidades de ingreso a la academia. (Ver Anexos 8 y Anexos 9)

8.5 Estado de resultados

A partir de lo anterior, se calcularon los estados financieros proyectados. En la Tabla 19, se presenta el estado de resultados proyectado a cinco años. Como se puede observar, el proyecto genera utilidades netas a partir del primer año de operación.

Tabla 19 Estado de resultados proyectado. Fuente: Elaboración propia.

Estado de resultados						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos netos		411.750.000	449.280.000	490.613.760	536.055.210	585.924.381
Costo de ventas		112.801.002	116.636.236	120.601.868	124.702.332	128.942.211
Utilidad Bruta		298.948.998	332.643.764	370.011.892	411.352.878	456.982.170
Gastos		230.491.002	239.620.636	245.944.988	252.556.992	259.469.520
Utilidad Operacional		68.457.996	93.023.128	124.066.904	158.795.886	197.512.650
Depreciación		16.280.200	16.280.200	16.280.200	16.280.200	16.280.200
Amortización		2.220.728	2.220.728	2.220.728	2.220.728	2.220.728
Intereses		5.788.499	3.762.524	2.896.357	1.982.335	1.017.812
Utilidad antes de impuestos		44.168.569	70.759.676	102.669.619	138.312.624	177.993.910
Impuestos		15.458.999	24.765.887	35.934.367	48.409.418	62.297.869
UTILIDAD NETA		28.709.570	45.993.789	66.735.252	89.903.205	115.696.042

8.6 Flujo de caja

En la Tabla 20 se presenta el flujo de caja neto para utilizar en la evaluación financiera. Se observa que el proyecto tal como está planteado, generaría flujos de caja positivos en toda la serie de tiempo de proyección.

Tabla 20 Flujo de Caja proyectado. Fuente: Elaboración propia

	Flujo de Caja					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Neta		28.709.570	45.993.789	66.735.252	89.903.205	115.696.042
(+)Depreciación		16.280.200	16.280.200	16.280.200	16.280.200	16.280.200
(+)Amortizaciones		2.220.728	2.220.728	2.220.728	2.220.728	2.220.728
(+) Impuesto causados		15.458.999	24.765.887	35.934.367	48.409.418	62.297.869
(-) Impuestos pagados			15.458.999	24.765.887	35.934.367	48.409.418
FLUJO DE CAJA BRUTO		62.669.497	73.801.605	96.404.660	120.879.185	148.085.419
Activo depreciable	(81.401.000)					
Amortizables	(11.103.638)					
Capital de trabajo	(77.745.334)	(3.126.611)	(2.199.970)	(2.304.982)	(2.414.996)	-
Flujo de caja operacional	(170.249.972)	59.542.885	71.601.634	94.099.678	118.464.188	148.085.419
Financiación						
Bancos	(68.099.989)	-	(15.677.230)	(16.543.397)	(17.457.420)	(18.421.942)
Flujo de caja financiado	(102.149.983)	59.542.885	55.924.404	77.556.281	101.006.769	129.663.477
Aporte social	102.149.983					
FLUJO DE CAJA LIBRE	-	59.542.885	55.924.404	77.556.281	101.006.769	129.663.477

8.7 Balance general

A través del balance general (ver Tabla 21) se puede observar la estructura económica y financiera del proyecto.

Tabla 21 Balance general proyectado. Fuente: Elaboración propia

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
<u>ACTIVOS</u>						
ACTIVO CORRIENTE						
Bancos	77.745.334	137.288.219	193.212.624	270.768.904	371.775.673	501.439.150
Caja		3.126.611	5.326.581	7.631.564	10.046.560	10.046.560
Inversiones Temporales						
Amortizaciones	11.103.638	8.882.910	6.662.183	4.441.455	2.220.728	-
SUBTOTAL ACTIVO CORRIENTE	88.848.972	149.297.741	205.201.388	282.841.923	384.042.961	511.485.710
ACTIVO NO CORRIENTE						
Activos fijos brutos	81.401.000	81.401.000	81.401.000	81.401.000	81.401.000	81.401.000
(-)Depreciación acumulada		(16.280.200)	(32.560.400)	(48.840.600)	(65.120.800)	(81.401.000)
SUBTOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	81.401.000	65.120.800	48.840.600	32.560.400	16.280.200	-
TOTAL ACTIVO	170.249.972	214.418.541	254.041.988	315.402.323	400.323.161	511.485.710
<u>PASIVO Y PATRIMONIO</u>						
Obligaciones Bancarias	68.099.989	68.099.989	52.422.759	35.879.362	18.421.942	-
Impuestos por pagar		15.458.999	24.765.887	35.934.367	48.409.418	62.297.869
Cesantías por pagar						
TOTAL PASIVOS	68.099.989	83.558.988	77.188.645	71.813.728	66.831.360	62.297.869
<u>PATRIMONIO</u>						
Capital						
Aporte social	102.149.983	102.149.983	102.149.983	102.149.983	102.149.983	102.149.983
Inversión capital de trabajo						
Utilidades retenidas	-	28.709.570	74.703.359	141.438.612	231.341.817	347.037.858
Utilidades del ejercicio						
TOTAL PATRIMONIO	102.149.983	130.859.553	176.853.342	243.588.595	333.491.800	449.187.842
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	170.249.972	214.418.541	254.041.988	315.402.323	400.323.161	511.485.710
DIFERENCIA	-	-	-	-	-	-

8.8 Evaluación financiera

Para la evaluación financiera, se calcularon indicadores tales como el VPN y la TIR, además se calculó el costo de capital promedio ponderado (WACC).

Tabla 22 Cálculo del WACC. Fuente: Elaboración propia

	% Part.	$k^*(1-T)$	Ponderado
Aporte de socios	60%	16,8%	10,1%
Bancos	40%	5,5%	2,2%
WACC			12,27%

Tabla 23 Evaluación Financiera proyecto. Fuente: Elaboración propia.

PROYECTO	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	(170.249.972)	59.542.885	55.924.404	77.556.281	101.006.769	129.663.477
WACC 12,3%	VPN	\$ 118.237.374				
TIO 16,8%	VPN	\$ 84.553.561				
TIR 33,7%						

Las evaluaciones del proyecto a partir de los indicadores propuestos sugieren que la academia de música es viable. El VPN es positivo para ambos casos, utilizando la tasa del costo de capital promedio ponderado y la tasa de oportunidad de los inversionistas establecida. La Tasa de retorno del proyecto es incluso superior al producto de la suma entre las tasas usadas en las proyecciones del proyecto.

Análisis de sensibilidad

El proyecto es sensible a cambios en la demanda estimada, las tasas de incremento de costos, precio de los servicios ofertados, % de ingresos para ofertas, dctos y becas. Al realizar un escenario pesimista tomando en cuenta variaciones mínimas desfavorables a dichas variables mencionadas se encontró que el proyecto sigue siendo viable como se muestra a continuación:

Caso 1: la cantidad de estudiantes era 15% menor y el crecimiento de los costos eran 2% más altos.

Caso 2: cantidad de estudiantes y precios constantes

Tabla 24 Análisis de sensibilidad escenario pesimista; caso[1]. Fuente: Elaboración propia.

PROYECTO		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(170.207.972)	41.113.993	44.315.412	63.531.503	85.413.464	112.371.618
WACC	12,3%	VPN	\$ 63.233.208				
TIO	16,8%	VPN	\$ 35.133.284				
TIR	23,9%						

Tabla 25 Análisis de sensibilidad escenario pesimista; caso[2]. Fuente: Elaboración propia.

PROYECTO		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(170.249.972)	59.558.485	49.443.665	51.395.835	57.194.601	65.093.976
WACC	12,3%	VPN	\$ 30.843.807				
TIO	16,8%	VPN	\$ 10.063.824				
TIR	19,3%						

Del análisis realizado, se observa que ante escenarios adversos el proyecto tiene viabilidad económica. Sin embargo, se puede concluir que el éxito del proyecto requiere del alto impacto que genere en la población para lograr que la cantidad de estudiantes se mantenga creciente y genere los flujos de caja positivos.

9. CONCLUSIONES

La creación de empresas con objetivos sociales puede ser menospreciada debido al paradigma de inviabilidad económica, sin embargo, con las adecuadas estrategias la viabilidad de un proyecto de este tipo puede ser altamente exitosa, y más aún cuando en la actualidad se están creando tendencias de explotar el mercado de la base de la pirámide.

El estudio realizado arroja la factibilidad de la creación de un conservatorio de instrumentos de viento en Buga (Academia Sol Y Luna), es decir que los resultados obtenidos demuestran que la oportunidad de crear este tipo de negocio es económicamente viable. A partir del análisis del mercado, de los entornos, de la revisión técnica, legal, organizacional y financiera se corrobora que existen los mecanismos para que el concepto de negocio sea exitoso y que implicaría socialmente un impacto positivo debido al enfoque planteado.

Mediante el análisis del sector se evidencio que la población objetivo es aún poco explorada por lo que ofertar posibilidades de acceso a programas de música a los sectores socioeconómicos bajos no es una idea descabellada ya que existen mecanismos con los cuales se lograría la sostenibilidad de la organización. Por otro lado, el aprovechamiento del tiempo libre en los niños y jóvenes también aportarían bases interdisciplinarias para su crecimiento personal basados en valores respeto por la vida, la cultura y el arte. Dentro del análisis de la competencia podemos ver que tenemos ventajas en calidad educativa y las facilidades de becas que se le piensan dar a los niños; pues un punto de partida importante dentro del proyecto es hacer inclusión social de niños y jóvenes de 5 a 19 años dentro de los estratos socioeconómicos 1 y 2. Esto con el fin de darles mejores posibilidades de educación a los niños que ven difícil posibilidad de tenerla. Mientras que las debilidades serían la infraestructura y cantidad de instrumentos, puesto que al iniciar actividades se harán con una limitada cantidad de instrumentos, cubículos y pianos en comparación a la competencia.

Desde el punto de vista financiero el proyecto alcanza el equilibrio ya que los indicadores tales como el VPN y la TIR representan la recuperación del capital, se tienen flujos positivos de caja en el periodo proyectado. El VPN fue de \$118.237.374 con la tasa del WACC de 12,3%, mientras que la TIR arroja un valor de 33,7% muy superior a la tasa esperada de los inversionistas. Se realizó un análisis de sensibilidad con las variables más importantes de la proyección construida de la creación del conservatorio, aún con variaciones significantes del modelo, el proyecto tiene viabilidad económica ya que los indicadores económicos justifican la inversión, los flujos de efectivo siguen siendo positivos dando como resultado el VPN positivo y la TIR superior a la tasa de descuento.

RECOMENDACIONES

- Es conveniente revisar la estructura de costos para plantear estrategias que permitan:
 - Minimizar costos y gastos
 - Crear mayor valor y rentabilidad empresarial
 - Generar mayores oportunidades de acceso
- El Diseño e implementación de estrategias de mercadeo deben asegurar una campaña publicitaria que logre cautivar a inversionistas, patrocinadores y público en general.
- El éxito del negocio dependerá de la gestión eficiente de los recursos, la búsqueda de patrocinadores y la socialización de la oportunidad de ingreso a la academia sol y Luna (Conservatorio de aerófonos).
- Se debe diversificar la oferta de programas de música y habilidades artísticas

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvear et al. (2013). Proyecto de inversión para la creación de un conservatorio superior de música en la ciudad de Guayaquil (Tesis de pregrado). Escuela superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador.
- Arango, A. (2014) Importancia de un estudio técnico de un proyecto. Recuperado de:
http://www.academia.edu/8770204/IMPORTANCIA_ESTUDIO_T%C3%89CNICO
- Arias de Blois, J. (s.f.). Censo de población. Biblioteca virtual en población centroamericano de población. Recuperado de:
<http://ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/13/censos.htm>
- Arias, Ferney. (2018). Inflación en Colombia en 2017 fue de 4.09%, este año sería 3.46%. El colombiano. Recuperado de:
<http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/inflacion-colombia-en-2018-FN7971700>
- Apps para músicos. (s.f.). El Argonauta la librería de la música. Recuperado de:
<https://www.elargonauta.com/libros/apps-para-musicos/978-84-947917-2-7/>
- Ascanio & Vanegas (2016). Propuesta para la creación de una academia musical infantil en el municipio de río de oro para incentivar el arte y la capacidad auditiva de las nuevas generaciones (Tesis de pregrado). Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Ocaña, Colombia.
- Así quedó el salario mínimo para el 2018 en Colombia. (30 de diciembre del 2017). El país. Recuperado de: <http://www.elpais.com.co/economia/salario-minimo-2018-asi-quedo-el-aumento-en-colombia.html>
- Ayala, L. & Arias, R. (s.f.). “el modelo de las cinco fuerzas de Porter”. Recuperado de: <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc063.htm>
- Baca, G. (2001). Evaluación de proyectos. México D.F. Mc Graw Hill. 5-9p.
- Bravo, Andrea. (s.f.). La economía naranja. Recuperado de:
<http://clubdeejecutivos.com/la-economia-naranja/>

- Bernal, J. (2000). Mesa redonda: La investigación como proyecto de futuro. Implicaciones de la música en el currículum de Educación Infantil, Lista Electrónica Europea de Música en la Educación (LEEME), nº 5 (mayo), 1-16
- Betancourt, B. (2009). Guía práctica para planes estratégicos, direccionamiento estratégico para grupos de investigación.
- Betancourt, B. (s.f.). Entorno organizacional, análisis y diagnóstico.
- Betancourt, B. (2014). Análisis sectorial y competitividad.
- Boletín: censo general 2005. Perfil Buga, valle del cauca. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/valle/Buga.pdf>
- Buga ingresa a la red de pueblos patrimonio.(8 de agosto del 2013). Colombia. Recuperado de: <http://www.colombia.co/visita-colombia/pueblos-patrimonio/Buga-ingresa-a-la-red-de-pueblos-patrimonio/>
- Buga. (s.f.). Cámara de comercio. Descripción física de Buga. Recuperado de: <http://www.ccBuga.org.co/Buga>
- Buga. (s.f.). Cámara de comercio. Descripción física de Buga. Recuperado de: <http://www.ccBuga.org.co/Buga>
- Buitrago, Felipe. (2013). ¿Sabes qué es la economía naranja?. Recuperado de: <https://www.uexternado.edu.co/estudios-del-patrimonio-cultural/sabes-que-es-la-economia-naranja/>
- Capítulo 4: Estudio Económico. (s.f.). Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/eva-elePro/4.pdf>
- Colección emprenda. (2013). El Tiempo. Colombia (pp. 9 - 16)
- Colombia ocupa el puesto 52 entre 141 países exportadores de servicios creativos. (17 de noviembre de 2017). Portafolio. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/colombia-ocupa-el-puesto-52-entre-141-paises-exportadores-de-servicios-creativos-511727>
- Conservatorio “Antonio María Valencia. (s. f.). Instituto departamental de bellas artes. Conservatorio Antonia María Valencia. Recuperado de: <http://www.bellasartes.edu.co/index.php/en/programas/pregrados/coservatorio/historia>

Consumo responsable para el desarrollo sostenible. (s.f.). Gestipolis. Recuperado de: <https://www.gestipolis.com/consumo-responsable-para-el-desarrollo-sostenible/>

Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones

Corredor, E & Ramírez, J. (2009). Diagnóstico de la situación musical en Colombia. *Revista de ciencias sociales. Comunicación, cultura y política*. Recuperado de: journal.ean.edu.co/index.php/revistai/article/download/636/633

Definición dada por el Diccionario de Economía y Finanzas. (2016). Recuperado en: <http://www.eumed.net>

Economía del Valle habría crecido en el primer trimestre del año. (28 de agosto del 2017). *El país*. Recuperado de: <http://www.elpais.com.co/economia/del-valle-habria-crecido-1-8-en-primer-semester-de-este-ano.html>

El conservatorio. (s.f.). Universidad Nacional de Colombia Recuperado de: <http://www.facartes.unal.edu.co/fa/departamentos/musica/>

España & Molina (2013). *Estudio de factibilidad para la apertura de la escuela de música de Comfenalco - Cartagena al público en general (Tesis de pregrado)*. Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia.

Fernández & Carrión. (2011). *Inclusión social a través de la música*. Recuperado de: <http://recursostic.educacion.es/artes/rem/web/index.php/musica-educacion-y-tic/item/310-inclusi%C3%B3n-social-a-trav%C3%A9s-de-la-m%C3%BAsica-comunidades-de-aprendizaje>

Flórez. J. (2007). *Cómo crear y dirigir la nueva empresa*. Bogotá: Ecoe ediciones. 200p.

Francastel, P. (1998). *Sociología del Arte*. Buenos Aires: Alianza editorial 1981. p.18. 14

Fundamentación teórica del programa. (s. f.). Instituto departamental de bellas artes. Conservatorio Antonio María Valencia. Recuperado de: <http://www.bellasartes.edu.co/index.php/en/programas/pregrados/conservatorio/interpretacionmusicall>

García, María Teresa. (2014). La importancia de la música para el desarrollo integral en la etapa de infantil. Recuperado en: <http://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/16696/16696.pdf>;La

Galicia, Luis & López, Fernando. (2015). Entorno e información de mercados: Aproximación a la investigación comercial.(pp. 77 - 78). Ideas propias Editorial; Edición: 1

García, C. (2010). Fundamentos de economía de la empresa (teoría y ejercicios). Página 21. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=iG8rnVcutb0C&pg=PA21&dq=entorno+social+en+la+organizaci%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj_hPGt6eTZAhWO0FMKHchICq8Q6AEIODAD#v=onepage&q=entorno%20social%20en%20la%20organizaci%C3%B3n&f=false

Gómez. A. (s.f.). III Estudio Económico - Financiero. Facultad de Economía – UNAM. Recuperado de: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>

Indicadores de la ciudad, año 2011. (27 de agosto de 2014). Alcaldía de Guadalajara de Buga, valle del cauca. Recuperado de: <http://www.guadalajaradeBuga-valle.gov.co/indicadores.shtml#poblacion>

Inflación en febrero varió 0,71% impulsada por los costos de pensiones estudiantiles. (3 de mayo del 2018). Revista Dinero. Recuperado de: <http://www.dinero.com/economia/articulo/inflacion-en-febrero-de-2018-segun-el-dane/256073>

Korin, M. (2013). EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTOS PRODUCTIVOS DE INCLUSIÓN SOCIAL ALGUNOS ASPECTOS ESTRATÉGICOS. Corporación Andina de Fomento.

La contaminación acústica. ¿Qué es el ruido?. (2004). Ecologistas en acción. Recuperado de: <https://www.ecologistasenaccion.org/article5350.html>

La economía naranja comienza a ganar relevancia en el PIB. (18 de diciembre del 2017). Portafolio. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/la-economia-naranja-comienza-a-ganar-relevancia-en-el-pib-512683>

La industria musical colombiana. (24 de enero del 2011). El Tiempo. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-8796661>

León, J. (2011). El poder de la música: plenitud, buena salud y gozo espiritual. Página 48. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=el_ZD8UBUZsC&pg=PA48&dq=la+m%C3%BAsica+en+los+ni%C3%B1os&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwir4NOrl_nYAhVog-AKHd5kBU8Q6AEISzAl#v=onepage&q=la%20m%C3%BAsica%20en%20los%20ni%C3%B1os&f=false

Los restos de Colombia con el aumento de su inmigración. (25 de mayo del 2017). Revista Dinero. Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/inmigracion-y-emigracion-en-colombia-aumentan-en-2017/245750>

Londoño, C. (20 de agosto del 2015). Las hazañas de Corpacoros. El país. Recuperado de: <http://www.elpais.com.co/opinion/columnistas/julio-cesar-londono/las-hazanas-de-corpacoros.html>

Luna, R. (1999). Manual para determinar la factibilidad de proyectos. Puerto Cabezas, Nicaragua: PROARCA: Programa Ambiental Regional para Centroamérica. 1999. 69 p

Malbrán, S. (2011) Educación musical en la escuela infantil. En Díaz, Maravillas & Riaño Galán, ME. (2011) Fundamentos Musicales y Didácticos en Educación Infantil. Editorial: Universidad de Cantabria.

Mejora la tasa de alfabetización en Colombia. (s.f.). Expansión, Datos macro.com. disponible en: <https://www.datosmacro.com/demografia/tasa-alfabetizacion/colombia>

Muñiz, Rafael. (s.f.). Marketing en el siglo XXI. 5ta edición. Capítulo 3: investigación de mercados. Recuperado de: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

Navarro, R. (1994). Intereses escolares. EL ambiente (pp. 35). Recuperado de: <https://books.google.com.co/books?id=OCP-jAjcQy0C&pg=PA35&dq=intereses+de+los+ni%C3%B1os&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwigk57w7sPaAhVL0IMKHdnEDc4Q6AEILDAB#v=onepage&q=intereses%20de%20los%20ni%C3%B1os&f=false>

- Ocampo, J. (2004). Música y folclor de Colombia. Plaza y Janes Editores p. 12. Recuperado de: <https://books.google.com.co/books?id=6a2eCfBXfQYC&printsec=frontcover&q=musica+colombiana&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiji-ezi4LaAhWN0VMKHc3aCXwQ6AEIMTAC#v=onepage&q=musica%20colombiana&f=false>
- Orjuela, S. & Sandoval, P. (2002). Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos. Recuperado de: https://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_
- Pedraza & Taborda. (2018). Estudio Socioeconómico de la Zona Buga y Área Jurisdicción. Cámara de comercio de Buga. P 32-33. Recuperado de: http://www.ccBuga.org.co/sites/default/files/descargas/2018/Informe%20Economico%20de%20la%20Zona/INFORME_ECONOMICO_DE_LA_ZONA_BUGA_Y_JURISD.pdf
- Pérez, Ángel. (2016). Profesores de música, danza y arte, también, son clave para la calidad de la educación. Revista dinero Recuperado de: <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/profesores-de-musica-danza-y-arte-tambien-son-claves-para-la-calidad-de-la-educacion/225526>
- Pérez, S. (2014). La música como herramienta para desarrollar la competencia intercultural en el aula. Revue d'Epidémiologie et de Santé Publique, 36(145), 175–187.
- Roldan, C & Celis, J (2016). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de muebles para niños y jóvenes con un concepto innovador en Guadalajara de Buga (Tesis de maestría). Universidad del Valle, Tuluá, Colombia.
- Plan sectorial de educación 2012 – 2015. (2012). Secretaría de Educación Departamental, Gobernación del Valle del Cauca. Recuperado de: www.valledelcauca.gov.co/educacion/descargar.php?id=10231
- Plan de desarrollo 2016 – 2019. (2016). Alcaldía de Buga. Recuperado de: http://guadalaradeBuga-valle.gov.co/apc-aa-files/61363232346165636539353630653537/pdm-2016-2019_opt.pdf

Población y principales indicadores de Colombia. (s.f.). Imebu. Recuperado de: http://www.imebu.gov.co/web2/documentos/observatorio/demografia/indicadores_demograficos_2020.pdf

Política de infancia y adolescencia, Ley 1098 de 2006. (2006). ICBF. Recuperado de: https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1098_2006.htm

Prieto, J. (2009). Proyectos: enfoque gerencial. Colombia: Ecoe Ediciones.

Producto interno bruto. (2017). Banco de la Republica. Recuperado de: <http://www.banrep.gov.co/es/pib>

Real Academia Española. (s.f.). Recuperado de: <http://www.rae.es/>

Sarmiento, J. (2013). Evaluación de riesgo. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/decisiones/Julio/presentaciones/Riesgo.pdf>

Thompson, I. (2009). ¿Qué es marketing? Recuperado de: <http://www.marketingintensivo.com/articulos-marketing/que-es-marketing.html>

Tokuhami, T. (2010). Mind, brain, and education Science. New York, NY: W. W. Norton & Company, Inc.

Varela, R. (2008). Creatividad e Innovación empresarial. Bogotá: Pearson de Colombia. 323-327.

Vargas, A. (2006). Música y literatura para niños. Página 17 y 18. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=g7U8Ra-5BkgC&pg=PA16&dq=la+m%C3%BAsica+en+los+ni%C3%B1os&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwir4NOrl_nYAhVog-AKHd5kBU8Q6AEIJTAA#v=onepage&q=la%20m%C3%BAsica%20en%20los%20ni%C3%B1os&f=false

Velasco, Edwin rey. (2017). Estudio de caso en Cali y Medellín Colombia. Gestión cultural aplicada a la música independiente.

Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf

Viñas, M. (2011). Instrumentos musicales virtuales para el aula de música. Totemguard. Recuperado de: <https://www.totemguard.com/aulatotem/2011/10/instrumentos-musicales-virtuales-para-el-aula-de-musica/>

Xóchitl, I., Moyeda, G., & Zarzosa, L. (2014). La presencia de las actividades musicales en los programas educativos y su influencia en la conciencia fonológica. *Revue d'Epidémiologie et de Santé Publique*, 36(144), 157–172. [https://doi.org/10.1016/S0185-2698\(14\)70629-4](https://doi.org/10.1016/S0185-2698(14)70629-4)

2017 ha sido un año de crecimiento e recaudo de impuestos para Colombia. (12 de diciembre del 2017). *El espectador*. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/economia/2017-ha-sido-un-ano-de-crecimiento-en-recaudo-de-impuestos-para-colombia-articulo-728082>

ANEXOS

ENCUESTA – CREACIÓN DE UN CONSERVATORIO DE AEROFONOS EN GUADALAJARA DE BUGA. UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE BUGA - FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

OBJETIVO: Realizar una propuesta de creación de un conservatorio de aerófonos para niños y jóvenes en la ciudad de Guadalajara de Buga con la finalidad de brindar espacios de aprovechamiento del tiempo libre y la inclusión social.

1. ¿A qué estrato socio-económico pertenece?
1 ____ 2 ____ 3 ____ Otro: ¿Cuál? ____
2. ¿En su entorno familiar hay niños y jóvenes de entre 5 y 19 años? si es así, ¿Cuántos?
1 ____ 2 ____ 3 ____ Más de 3 ____ No tiene ____
3. De las personas en edades de 5 a 19 años que están en su entorno familiar, ¿Se encuentran en alguna actividad extracurricular formal?
Sí ____ No ____
4. ¿En que invierten la mayoría del tiempo libre, las personas de su entorno familiar en edades de 5 a 19 años?
Ocio (Jugar, Internet, Escuchar música, con amigos) ____ Clases extracurriculares ____ Programas artísticos ____ Deporte ____ Otro, ¿Cuál?: _____
5. ¿Cree usted que, a los miembros de su entorno familiar en edades de 5 a 19 años, les gustaría formar parte de programas educativos de música en la ciudad?
Sí ____ No ____
6. ¿Qué razón dificulta más que miembros de su familia en edades entre 5 y 19 años accedan a programas extracurriculares?
Disponibilidad de tiempo ____ Falta de interés ____ Capacidad de pago ____
7. ¿Cuál es la razón principal de permitir que estos miembros de entorno familiar, hagan parte de programas educativos de música?
Aprender ____ Tradición ____ Alejar de la calle y los vicios ____ Gusto ____
Otro, ¿Cuál?: _____
8. ¿Qué tipo de instrumentos de vientos le gustaría que aprendiera?

Flauta traversa ____	Trompeta ____
Clarinete ____	Trombón ____
Saxofón ____	Corno ingles ____

Oboe _____
Fagot _____

Barítono _____
Tuba _____

9. ¿Está usted de acuerdo con la creación de un conservatorio de aerófonos en la Ciudad de Buga?

Sí _____ No _____

10. En caso de tener la oportunidad de acceder a un programa de música de la academia: ¿Qué horario le gustaría matricular a su hijo/a en el conservatorio de aerófonos?

De lunes a viernes en la mañana _____

De lunes a viernes en la tarde _____

De lunes a viernes en la noche _____

Sábados en la mañana y/o tarde _____

11. ¿Cómo estaría dispuesto a pagar por las clases para su hijo?

Mensualmente _____

Trimestralmente _____

Semestralmente _____

12. ¿Cuál de los siguientes factores le parecen importantes al estudiar música? (ordene de 1 a 7; siendo 1 el más importante y 7 el menos importante)

- a- _____ préstamo de instrumento
- b- _____ espacios de muestras culturales
- c- _____ bases para estudios superiores
- d- _____ profesores personalizados
- e- _____ grupos o ensambles
- f- _____ estudio de piano como complemento
- g- _____ clases didácticas

13. Según su percepción: ¿El conservatorio debería ofertar otros programas de música?

Sí _____ No _____ ¿Cuáles? _____

TARIFAS DEL REGISTRO MERCANTIL PARA EL AÑO 2018

PERSONA NATURAL O SOCIEDAD RANGO EN ACTIVOS			PERSONA NATURAL O SOCIEDAD RANGO EN ACTIVOS			PERSONA NATURAL O SOCIEDAD RANGO EN ACTIVOS			PERSONA NATURAL O SOCIEDAD RANGO EN ACTIVOS		
MAYOR A	Menor o igual	EN \$	MAYOR A	Menor o igual	EN \$	MAYOR A	Menor o igual	EN \$	MAYOR A	Menor o igual	EN \$
0	1.562.484	41.000	23.437.260	24.218.502	279.000	218.747.760	232.028.874	1.145.000	2.732.003.274	4.097.614.290	1.565.000
1.562.484	3.124.968	57.000	24.218.502	25.780.986	292.000	232.028.874	246.872.472	1.164.000	4.097.614.290	5.463.225.306	1.609.000
3.124.968	3.906.210	76.000	25.780.986	27.343.470	303.000	246.872.472	259.372.344	1.180.000	5.463.225.306	6.828.836.322	1.664.000
3.906.210	5.468.694	85.000	27.343.470	40.624.584	355.000	259.372.344	273.434.700	1.205.000	6.828.836.322	8.195.228.580	1.710.000
5.468.694	7.031.178	101.000	40.624.584	54.686.940	426.000	273.434.700	409.370.808	1.246.000	8.195.228.580	9.560.839.596	1.726.000
7.031.178	8.593.662	115.000	54.686.940	67.968.054	500.000	409.370.808	546.869.400	1.297.000	9.560.839.596	10.926.450.612	1.748.000
8.593.662	9.374.904	126.000	67.968.054	82.030.410	574.000	546.869.400	683.586.750	1.339.000	10.926.450.612	12.292.061.628	1.773.000
9.374.904	10.937.388	139.000	82.030.410	96.092.766	653.000	683.586.750	820.304.100	1.371.000	12.292.061.628	13.658.453.886	1.808.000
10.937.388	12.499.872	158.000	96.092.766	109.373.880	727.000	820.304.100	956.240.208	1.399.000	13.658.453.886	27.316.126.530	1.907.000
12.499.872	14.062.356	175.000	109.373.880	123.436.236	806.000	956.240.208	1.092.957.558	1.420.000	27.316.126.530	54.632.253.060	1.915.000
14.062.356	14.843.598	186.000	123.436.236	136.717.350	885.000	1.092.957.558	1.229.674.908	1.437.000	54.632.253.060	81.948.379.590	1.923.000
14.843.598	16.406.082	199.000	136.717.350	149.998.464	1.027.000	1.229.674.908	1.365.611.016	1.453.000	81.948.379.590	109.264.506.120	1.928.000
16.406.082	17.968.566	210.000	149.998.464	164.060.820	1.046.000	1.365.611.016	1.639.045.716	1.472.000	109.264.506.120	136.580.632.650	1.934.000
17.968.566	19.531.050	224.000	164.060.820	178.123.176	1.065.000	1.639.045.716	1.912.480.416	1.494.000	136.580.632.650	273.161.265.300	1.939.000
19.531.050	20.312.292	240.000	178.123.176	191.404.290	1.084.000	1.912.480.416	2.185.133.874	1.511.000	273.161.265.300	546.322.530.600	1.961.000
20.312.292	21.874.776	249.000	191.404.290	204.685.404	1.106.000	2.185.133.874	2.458.568.574	1.521.000	546.322.530.600	682.903.163.250	2.008.000
21.874.776	23.437.260	262.000	204.685.404	218.747.760	1.123.000	2.458.568.574	2.732.003.274	1.538.000	682.903.163.250	En adelante	2.030.000

Anexos 1 Tarifas del registro mercantil para el 2018. Fuente: Cámara de comercio de Buga

Derechos de Matricula de Establecimientos, Sucursales y Agencias 1. Cuando el establecimiento, la sucursal o la agencia, se encuentre localizado dentro de la misma jurisdicción de la Cámara de Comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad:			
MAYOR A	Menor o igual	TARIFAS EN S.M.M.L.V.	TARIFAS EN \$
0	2.343.726	5,24	41.000
2.343.726	13.281.114	11,19	87.000
13.281.114	En adelante	16,78	131.000
2. Cuando el establecimiento, la sucursal o la agencia se encuentre localizado dentro de la jurisdicción de una Cámara de Comercio distinta a la que corresponda al domicilio principal de la sociedad:			
MAYOR A	Menor o igual	TARIFAS EN S.M.M.L.V.	TARIFAS EN \$
0	2.343.726	11,19	87.000
2.343.726	13.281.114	16,78	131.000
13.281.114	En adelante	22,37	175.000
La cancelación de la matrícula y las mutaciones referentes a la actividad mercantil causará los siguientes derechos:			
		Tarifa SMMLV	Tarifa en \$
1. Cancelación de la matrícula del comerciante	1,40	10.900	
2. Cancelación de la matrícula de establecimiento	1,40	10.900	
3. Mutaciones referentes a la actividad comercial	1,40	10.900	

DERECHOS POR INSCRIPCION DE LIBROS Y DOCUMENTOS La inscripción en el registro mercantil de los actos y documentos respecto de los cuales la ley exige esa formalidad, causará un derecho de 5,24% SMMLV \$41.000. La inscripción en el registro mercantil de los libros respecto de los cuales la ley exige esa formalidad, causará un derecho de 1,74% de un S.M.M.L.V., equivalente a \$ 13.600			
CERTIFICADOS Los certificados expedidos por las Cámaras de Comercio, en desarrollo de su función pública de llevar el registro mercantil, tendrán los siguientes valores, independiente del número de hojas.			
		Tarifa SMMLV	Tarifa en \$
Matrícula Mercantil		0,35	2.700
Existencia y representación legal, inscripción de documentos		0,70	5.500
Certificados Especiales		0,70	5.500
Formulario para el Registro Mercantil		0,70	5.500

TARIFAS DEL REGISTRO DE PROPONENTES		
Concepto	Tarifa SMMLV	Tarifa en \$
INSCRIPCION POR CADA PROPONENTE	66,85	\$ 522.000
RENOVACION POR CADA PROPONENTE	66,85	\$ 522.000
ACTUALIZACION O MODIFICACION DE LA INSCRIPCION	35,74	\$ 279.000
CERTIFICADOS	6,01	\$ 47.000
EXPEDICION DE COPIAS	0,35	\$ 2.700
Tarifas preparadas por la Vicepresidencia Ejecutiva, Administrativa y Financiera Confecámaras		

Anexos 2 Derechos de matrícula y establecimientos, sucursales y agencias. Fuente: Cámara de comercio de Buga

Anexos 3 Demanda proyectada proyecto de creación de conservatorio. Fuente: Elaboración propia

Demanda proyectada

	Año	2019	2020	2021	2022	2023
Cantidad de estudiantes		305	320	336	353	371
Precio al publico		150.000	156.000	162.240	168.730	175.479
Ingresos operacionales Mensuales		45.750.000	49.920.000	54.512.640	59.561.690	65.102.709
Ingresos operacionales Anuales		411.750.000	449.280.000	490.613.760	536.055.210	585.924.381

Anexos 4 Amortización de gastos pre operativos y publicidad. Fuente: Elaboración propia.

Amortizaciones

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
\$	11.103.638	2.220.728	2.220.728	2.220.728	2.220.728	2.220.728
		\$ 8.882.910	\$ 6.662.183	\$ 4.441.455	\$ 2.220.728	\$ -

Anexos 5 Depreciación de activos [1]. Fuente: Elaboración propia.

Depreciación

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Muebles y equipo de oficina						
Activo a depreciar	28.975.000					
Depreciación		5.795.000	5.795.000	5.795.000	5.795.000	5.795.000
Depreciación Acumulada		5.795.000	11.590.000	17.385.000	23.180.000	28.975.000
Valor a depreciar		23.180.000	17.385.000	11.590.000	5.795.000	-

Anexos 6 Depreciación de activos [2]. Fuente: Elaboración propia

Depreciación

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Equipos de comunicación					
Activo a depreciar	4.956.000				
Depreciación		991.200	991.200	991.200	991.200
Depreciación Acumulada		991.200	1.982.400	2.973.600	3.964.800
Valor a depreciar		3.964.800	2.973.600	1.982.400	991.200

Anexos 7 Depreciación de activos [3]. Fuente: Elaboración propia

Depreciación

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Requerimientos fisicos					
Activo a depreciar	47.470.000				
Depreciación		9.494.000	9.494.000	9.494.000	9.494.000
Depreciación Acumulada		9.494.000	18.988.000	28.482.000	37.976.000
Valor a depreciar		37.976.000	28.482.000	18.988.000	9.494.000

Anexos 8 Gastos operacionales y otros. Fuente: Elaboración propia

Gastos operacionales	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Gastos de funcionamien	90.600.000	93.680.400	93.680.400	93.680.400	93.680.400
Servicios publicos	6.840.000	6.840.000	6.840.000	6.840.000	6.840.000
Total	97.440.000	100.520.400	100.520.400	100.520.400	100.520.400
Otros gastos	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
% Beneficiarios	5%	5%	5%	5%	5%
Cantidad Beneficiarios	15	16	17	18	19
Costo de oportunidad	1.350.000	1.404.000	1.460.160	1.518.570	1.579.311
Promociones, Dcto y be	20.250.000	22.464.000	24.822.720	27.334.260	30.006.909

Anexos 9 Gastos de administración y docencia.

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Sueldos	106.801.002	110432236	114186932	118069288	122083644
Prestación de servicios	6.000.000	6204000	6414936	6633044	6858567
Obligaciones financieras					
Total	112.801.002	116.636.236	120.601.868	124.702.332	128.942.211