



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

**Corporación Unificada Nacional
De Educación Superior**

CUN

TRABAJO DE GRADO

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

2018

AUTOR(es): Carlos De Jota Salcedo Gómez

Creación de una escuela de música “Escuela de Artes Bellart´s”, que brinde a niños, jóvenes y adolescentes de la ciudad de Montería en el Departamento de Córdoba una nueva alternativa para el mejor aprovechamiento del tiempo libre.

ANEXO 1

GUIA OPCIÓN DE GRADO I CREACIÓN DE EMPRESA

INTRODUCCIÓN

1. JUSTIFICACIÓN

En la ciudad de Montería y por lo general en muchos municipios del país, existe gran problemática sobre -¿Cómo ocupar el tiempo libre de nuestros hijos, y aprovechar sus talentos?-, pero en la ciudad no se cuenta con centros específicos los cuales puedan brindarle la posibilidad a los padres, principalmente de estratos mas bajos, poder contar con sitios, que con costos asequibles, brinden la posibilidad de hacer crecer como persona a sus hijos y también tener la posibilidad de laborar para sacar a sus familias adelante.

En Colombia nos hemos caracterizado por tener de nuestras raíces, amor por el arte, principalmente la música, esto desde los campesinos con sus cantos de vaquería, en nuestro departamento como lo es el interpretar y bailar ritmos como el porro, fandango y así mismo con gran admiración siempre viendo a los artistas que nos representan a nivel nacional e internacional.

Este es un arte que poco se ha estado apoyando y en Montería hay muy pocos centros de enseñanza artística y aunque muchas personas ofrecen clases de forma privadas, no son muy asequibles para todos, por los altos costos que estas tienen.

Actualmente en el Departamento de Córdoba, principalmente en la ciudad de Montería como nuestro foco principal, vemos día a día gran desocupación de niños y jóvenes, en donde por lo general en horarios no escolares vemos jóvenes en las calles para ver que hacen, en algunos casos en semáforos trabajando o hasta en conflicto con sus padres o familiares.

Todo esto se deriva del no aprovechamiento del tiempo libre, mediante métodos de estudio o entretenimiento de costos asequibles, en donde los niños, jóvenes y hasta

los adultos, se sientan atraídos y puedan a su vez aprender algo que sea productivo no solo para el momento, sino para la vida.

El no contar en la ciudad de Montería con esta opción para las personas en general, puede aportar, más adelante en incrementar los niveles de inseguridad que actualmente se manejan en la ciudad, así como también fue calculado por el DANE en la siguiente tabla:

Tasa de percepción de inseguridad por ciudad
Población de 15 años y más
28 ciudades

Ciudad	Percepción de inseguridad en la ciudad	Variación puntos porcentuales 2016 - 2015	Variación estadísticamente significativa
Total 28 ciudades	62,7	0,3	NO
Bogotá D.C.	81,7	-1,5	NO
Quibdó	78,0	6,7	SÍ
Soacha	77,9	-0,6	NO
Cartagena	73,4	7,1	SÍ
Cali	70,7	7,0	SÍ
Sincelejo	69,0	-7,5	SÍ
Villavicencio	68,8	13,2	SÍ
Barranquilla	67,9	9,4	SÍ
Pasto	64,7	-0,7	NO
Soledad	64,4	2,8	NO
Valledupar	64,0	4,3	SÍ
Neiva	60,7	10,1	SÍ
Cúcuta	54,9	10,3	SÍ
Palmira	54,4	-8,6	SÍ
Riohacha	49,7	-6,7	SÍ
Popayán	48,9	-5,7	SÍ
Bucaramanga	47,2	11,9	SÍ
Armenia	39,1	-11,8	SÍ
Medellín	38,8	-4,4	SÍ
Ibagué	35,5	3,1	SÍ
San Andrés	31,5	23,6	SÍ
Pereira	29,4	-4,7	SÍ
Montería	25,1	-3,5	SÍ
Buenaventura	24,1	-23,6	SÍ
Tunja	19,6	-4,6	SÍ
Santa Marta	16,5	-7,5	SÍ
Tuluá	15,1	-20,9	SÍ
Manizales	13,2	-5,9	SÍ

Fuente: DANE- Encuesta de Convivencia y Seguridad Ciudadana - 2017
 Población de referencia: 17.996 miles de personas de 15 años y más para el total de 28 ciudades.

Con el fin de disminuir este indicador y mejorar la calidad de vida de la población, es necesario empezar a mejorar el uso del tiempo libre de niños y jóvenes,

en donde se puedan plantear alternativas que le brinden a la población oportunidades para tener herramientas para el uso en mejor medida de los conocimientos y talentos que todos tienen.

2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

2.1 Identificación de las Necesidades del Stakeholders

Actualmente una de las necesidades más prioritarias para los padres en específico, es solucionar el interrogante de ¿Qué pueden hacer sus hijos para el aprovechamiento del tiempo libre?, la idea es brindar con cursos artísticos, una posibilidad para encaminar a los niños y jóvenes por el gusto de las actividades culturales y poder darle mejor aprovechamiento del tiempo libre y que este sea de bajo costo lo cual pueda ser asequible para la comunidad en general, sin tener en cuenta el estrato social.

2.2 Identificación de Beneficios y expectativas

Colombia actualmente, es un país con mucha variedad y riqueza cultural en donde existen muchas tradiciones, costumbres, etnias, entre otras, presentes en cada región del país, las cuales la población en general se han ido apropiando poco a poco con cada una de ellas, reconstruyendo la identidad cultural del país.

Adicionalmente en Colombia se encuentra radicado en ley, que el Estado debe impulsar, estimular y garantizar que las diversas manifestaciones culturales presentes en cada región del país, se mantengan y sean protegidas para que nunca desaparezcan o se vean en riesgo de esto. Lo anteriormente descrito se encuentra estipulado en la Ley Número 397 De 1997 “Ley General de Cultura”.

Las bases culturales actuales han sido retomadas e impulsadas en su gran mayoría por jóvenes que desean revivir la identidad cultural del país, esto ha aportado transversalmente a la disminución tanto del analfabetismo, como el ingreso de niños y jóvenes a la vida ilegal, lo cual se deriva de la falta de oportunidades, familias con pocos ingresos, violencia intrafamiliar, entre otros, por esta razón es importante mantener el ánimo en todas las personas, de poder reconstruir totalmente la vida cultural de nuestro país.

Según la UNICEF en su informe “*La niñez colombiana en cifras*”, en Colombia “se estiman entre 6.000 y 7.000 la cifra de los niños y niñas vinculados a los grupos armados irregulares, en su mayoría entre los 15 y 17 años de edad”, “...De los que reportan vincularse voluntariamente, 33.3% lo hacen por atracción a las armas y

uniformes, otro 33.3% por pobreza, un 16.6% por relación cotidiana con los grupos armados y un 8.3% por enamoramiento o decepción amorosa.).

Sería muy importante cambiar estos indicadores y tener en cuenta que según el último censo completo realizado en el 2005 en Colombia, el 41% de la población correspondía a niños y jóvenes entre 5 y 25 años respectivamente (Fuente: DANE Censo 2005), lo cual nos da un amplio mercado en el cual se puede influir.

Actualmente en la ciudad de Montería existe una población aproximada de 75.000 estudiantes tanto de colegios oficiales y no oficiales (Fuente: MEN, Página buscando Colegio), los cuales corresponden a muchas familias monterianas que día a día piensan en como ocupar el tiempo libre de sus hijos, en donde con el presente programa que se propone realizar, podemos disminuir las tasas de deserción escolar y mejor aprovechamiento del tiempo libre por parte de nuestros hijos, pero esto solo puede ser posible, brindando posibilidades asequibles a la población en general, que tendría en cuenta factores como tiempo, costo, sitio, entre otros.

2.3 Identificación de Soluciones actuales

Actualmente en la ciudad se encuentra habilitados varios centros los cuales brindan opciones para los padres, pero en algunos casos los horarios no son los ideales porque en gran medida los padres laboran, o se manejan altos costos, entre estos tenemos los siguientes:

CORPORACION CLUB CAMPESTRE MONTERIA		
CURSOS EN DEPORTES OFERTADOS	HORARIOS	COSTOS
TENIS	L-V 3:00 - 6:00 PM Y S 8:00 AM - 11:00 PM	
MINI-FUTBOL	L-V 3:00 - 6:00 PM	
BEISBOL	L-V 3:00 - 6:00 PM	
NATACION	M-V 5:00 - 7:00 PM Y S 8:00 - 11:00 AM	
SOFBALL	M y J 6:00 - 9:00 PM	

2.4 Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones

Actualmente en la ciudad de Montería vemos que existen opciones en las cuales los padres de familia puedan contar con un espacio en el cual puedan llevar a sus hijos y asistir ellos mismos en donde se pueda realizar un mejor aprovechamiento del tiempo libre, como centros de formación, cursos particulares de muchas actividades deportivas y artísticas.

Estos programas en muchas ocasiones son ofrecidos por entidades gubernamentales como la Caja de Compensación de Córdoba – Comfactor, en donde a los afiliados a esta caja le ofrece beneficios y a las personas que deseen de manera particular poder optar por estos cursos puedan cancelar un costo mas bajo de lo que normalmente se encuentra en el mercado actual.

Así mismo hay centros privados que dependiendo del curso en el cual se interese así será el costo de este, por lo general se encuentran estos centros de formación en el norte de la ciudad, lo cual tienen un costo adicional como lo es el transporte.

Por otro lado y en contraste a todas las opciones que actualmente se presentan en la ciudad de Montería hay que tener en cuentas datos como que la población total en la ciudad de Montería es de 460.000 habitantes aproximadamente (Fuente: DANE), de los cuales tenemos que a octubre de 2016 se tenía una tasa de desempleo del 8,7% y aproximadamente 15.000 desocupados (Fuente: DANE 2016) en donde en gran medida encontramos que una de las fuentes de ingresos de la ciudad corresponden a actividades como el mototaxismo.

Teniendo en cuenta lo anteriormente descrito, podemos encontrar que en la ciudad de Montería, los centros de formación o que brindar cursos para mejorar el aprovechamiento del tiempo libre, realmente no son a la medida de la mayoría de la población, en donde tenemos que muchos de los ingresos provienen de actividades informales lo cual en muchas ocasiones genera ingresos mínimos a las personas, dificultando en muchas ocasiones a poder optar por cursos o clases como las mencionadas anteriormente.

Sumado a todo esto es de tener en cuenta que la mayoría de los hogares están conformados por mas de 2 niños o jóvenes, lo cual dificulta mucho más el pago de las mensualidades.

Gran resignación hace parte de muchas personas, debido a que se llega a la conclusión de que a muchas cosas no pueden tener opción por el alto costo, el tiempo que se ofrece para estos servicios el cual tiende a ser el mismo que cuando trabajan, lo cual se dificulta porque muchas veces ninguno de los padres puede acompañarlos, los sitios en donde se encuentran ubicados los centros de formación también influye, debido a que por lo general deben tener un gasto adicional como lo es el pago de pasajes, sin contar que se debe tener un gasto extra en la compra de insumos,

materiales, equipos o instrumentos para la ejecución o la práctica de la actividad seleccionada.

Es decir, la pobreza, el ingreso, el tiempo, pero en especial la economía del hogar, tienden a ver truncados los sueños de muchos niños y jóvenes, pero también a padres que se ven frustrados por no poder ayudar a sus hijos.

Todo lo anteriormente descrito trae otra problemática y es como hacer para que los hijos den un mejor aprovechamiento del tiempo libre, y debido a esto muchos niños y jóvenes están día a día en casa, muchas veces cuidados por ellos mismos o personas que son ajenas a su núcleo familiar, y que en muchas ocasiones dan lugar a abusos, o maltratos a niños y jóvenes, lo cual encamina a estos, a defenderse o irse de sus casa y algunos terminan ingresando o incursionando en la ilegalidad desde pequeños e inclusive a la deserción escolar.

2.5 Mercado

Actualmente en el municipio de Montería, como foco principal del presente proyecto, se cuentan con 62 Instituciones Educativas aptas para ofrecer nuestro portafolio de servicios, en las cuales tenemos tanto instituciones públicas como privadas.

El número total de estudiantes de las 30 instituciones públicas presentes en este municipio es de 59.478; y de las 32 instituciones privadas el número de estudiantes es de 15.754, lo cual muestra un mercado bastante amplio, (Fuente: MEN, Página Buscando Colegio), lo cual se distribuye por instituciones de la siguiente manera.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS PRIVADAS DE MONTERIA – DATOS 2016

Municipio	Nombre	Dirección	Teléfono	Nombre Rector	# Estudiantes
MONTERÍA	LIC SAMARIA	IND DG 12 # 32-14 EDMUNDO LOPEZ 4 ETAPA	7928106-3145431197	YADIRA DURANGO MARTINEZ	251
MONTERÍA	LIC DE LOS ANDES	MZ I 2 LT 1	3112221813-3135268439	JAIRO MENDEZ PEREZ	283
MONTERÍA	CENTRO EDUCATIVO ASODESI	CL 13 14 C 10 BR 6 DE MARZO	7897140-3204288590	NEL FERNANDO DIAZ PETRO	705
MONTERÍA	LIC MAXIMO MERCADO	KR 8 A 14 79	7894762	EBARISTO BEJARANO BERMUDEZ	378
MONTERÍA	COLEGIO BRITANICO DE MONTERIA	CL 65 9 100	7851905-7852055	MARGARITA DE LA MERCEDES SANIN DE CASTILLO	375
MONTERÍA	COL ALMIRANTE COLON DE MONTERIA	DG 22 TR 3 # 22-07	7836665-7839227	JORGE ISAC CORREA JIMENEZ	232
MONTERÍA	LICEO MONTERIA	KR 14 A 33 34	7811517	LAURA REY FIGUEROA	558
MONTERÍA	LIC PUPO JIMENEZ	KR 6 35 39	7823705	HTA TERESA RENDON QUIROZ	712
MONTERÍA	GIMN LA RIBERA	CL 18 2 W 59	7847786	MARGARITA DORIA LOPEZ	232
MONTERÍA	MONTESSORI GLOBAL SCHOOL	IND CR 17 N° 28-08	7868100 7958122 3007688577	NINI YOHANA LORA PEREZ	122
MONTERÍA	GIMN SERRANIAS	CLL 15 # 4-62	7836531	JAIRO GUERRA BERROCAL	620
MONTERÍA	GIMN VALLE GRANDE	KR 10 60 20	7850020	JOSE ARCELIO GARCES MESTRA	1333
MONTERÍA	CENTRO DOCENTE BELEN	KR 20 7 23	7852430	EDER GARCIA ESPITIA	115
MONTERÍA	CENTRO EDUCATIVO SAINT GEORGE SCHOOL	KR 6 78 70	7818321 7854810	SAIDE BARGUIL CHAMAT	217
MONTERÍA	COL DE LA SGDA FAMILIA	KR 7 A CL 64 BR LOS ALCAZARES Y	7850334-7822495	HNA NORALBA BEDOYA SALAZAR	673
MONTERÍA	GIMN EL RECREO	B. EL RECREO CRA 3 #69-55	7850962	SUSANA BURGOS DE ANGULO	499
MONTERÍA	LICEO LOS ANGELES	IND CR 10 AW # 23-36	7844164	ARLETH YEPES BONOLIS	233
MONTERÍA	WINDSOR ROYAL SCHOL	CL 58 7 60	7852812	SARA INES CADENA QUINTERO	285
MONTERÍA	JARD INF CARRUSEL	CL 9 36 11	7888153-3176727890	ASTRID JUDIT ACOSTA ARIAS	114
MONTERÍA	LICEO SAN FRANCISCO DE ASIS	CL 27 12 W 36	7841453 7918576 3166995264	LIENYS JOSEFA IBARRAS REYES	223
MONTERÍA	COL LA SALLE	KR 20 28 06	7832005-7833015-3006551744- 3004402988	JORGE ELIECER YEPES ROBLES	1971
MONTERÍA	COL DIOCESANO JUAN PABLO II	KR 7 22 73	7821082-7827406	JORGE OROZCO ALEAN	701
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA COMFACOR JAIME EXBRAYAT	KR 9 11 40	7834111	ANA TERESA PEREZ PALOMINO	1924
MONTERÍA	GIMN MUNDO DEL CONOCIMIENTO	IND CR 13 # 3C-09 GALILEA	7866337	OSWALDO HERNANDEZ CONTRERAS	198
MONTERÍA	GIMNASIO MI ALEGRE INFANCIA	IND CL 17 # 9-87 JULIA	7831025	ZUNILDA AVILA FUENTES	424
MONTERÍA	GIMN CAMPESTRE	CALLE 78 VEREDA SEVILLA	7901827-7909700	MARIA DEL CARMEN MENDOZA VIAÑA	384
MONTERÍA	CENT EDUC LA LUZ DEL SABER	KR 8 E 5 15	7834108 - 3156826525	MARY DEL CARMEN TAPIAS VERTEL	326
MONTERÍA	GIMN PEQUEÑOS GENIOS	MZ 3 LT 4	3135450178	MERCEDES ARTEAGA	430
MONTERÍA	COL GIMN AMERICA	CL 36 5 66	7824909	EDITH AGUIRRE CASARRUBIA	236
MONTERÍA	CENTRO EDUCATIVO CRECER	DG 11 32 04	7823810	CLEOTILDE LUNA	254
MONTERÍA	COL ALMIRANTE COLON DE MONTERIA	B. EL ALIVIO	7832198	LUZ ELVIRA BERNAL GERMAN	468
MONTERÍA	INST PEDAG DEL SUR	DG 6 # 5-33 B. LA GRANJA	7838243	ASTRID AGAMEZ GOMEZ	278
TOTAL ESTUDIANTES					15754

INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DE MONTERÍA – DATOS 2016

Municipio	Nombre	Dirección	Teléfono	Nombre Rector	# Estudiantes
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA NORMAL SUPERIOR	KR 1 W 37 115	7840595-3182713179-3014882768	JADER MANUEL TORRES ARGUMEDO	2154
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA SANTA ROSA DE LIMA	CL 22 A 13 55	7831069-7856500-7836667-3156963260	LUIS EMIGDIO HUMANEZ PETRO	1532
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA SANTA MARIA	IND CL 3 CRA 1A Y 2A	7833676-3013224688	DANIEL JOSE ALTAMIRANDA GOMEZ	1315
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA VILLA MARGARITA	MZ 34 LT 1	7834641-3145552043	EUGENIO GABRIEL ESPELETA FLOREZ	3441
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA ANTONIA SANTOS	IND DG 23 # 355	7894300-7894301-3007043954	MANUEL PANTALEON CONTRERAS REYES	2117
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA MERCEDES ABREGO	IND DG 6 Y 8 TR 1 A	7918945-3145518168	LUIS EDUARDO CONTRERAS ENAMORADO	1562
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA SANTA MARIA GORETTY	IND DG 8 TR 13	7835784 - 3106482061	MAURO DAVID ARTEAGA FUENTES	2320
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA RANCHO GRANDE	CALLE 9 N 12 W 42 MARGEN IZQUIERDA	7842197-7842421-3157155134	EDGARDO MIRANDA PACHECO	2463
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA ROBINSON PITALUA	CL 3 C 24 65	7814527-3145372429-3015863633	JORGE ELICER ACOSTA ARIAS	1659
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA SAN JOSE	CL 39 16 B 55	7810369-3165773301-3006606395	RAFAEL REGINO ESPINOSA	1455
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA CECILIA DE LLERAS	TV 7 9 19	7864671 - 7864725-7834395	JUAN CARLOS VEGA OCHOA	1894
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA EL DORADO	CL 26 KR 12	7843045-3182713179-3017564949	DIANA PATRICIA ELJACH HERNANDEZ	2068
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA JOSE MARIA CORDOBA	CL 29 N 16B-143 VIA PLANETA RICA	7830888 - 3215398436	FERNANDO IVAN PAYARES CUESTA	2642
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA JUAN XXIII	CALLE 36 NO. 3W-72	7841969-7840814 - 7812009	NADITH QUINTERO ALEAN	1798
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA GENERAL SANTANDER	IND TR 7 N 9-19	7838005-7917585-3004351965	SHIRLY ARRIETA RIVERO	790
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA CAMILO TORRES MOCARI	KR 4 C 97 25	7914431-3002029465	JORGE ALBERTO JIMENEZ ARROYAVE	2281
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA LA PRADERA	IND CALLE 23 CRA 27 # 2728	7927341-3145335599	JULIO CESAR ROQUEME MARRUGO	2804
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA ANTONIO NARIÑO	CL 44 2 23	7817691-7815537-7815538-3114150830	LEONARDO JOSE RIVERA VARILLA	2072
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA SAN ANTERITO	VIA TIERRALTA (SAN ANTERITO)	7959018-3218978316-3152663380	TATIANA PAOLA NEGRETE REGINO	842
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA INEM LORENZO MARIA LLERAS	KM 5 VIA A CERETE	7860251-7860396-3116570178	NEMESIA AYUB NARANJO	1597
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA POLICARPA SALAVARRIETA	DG 12 3 142	7913112-7926241 - 3107242533	JORGE LUIS PEREZ SANCHEZ	1465
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA VICTORIA MANZUR	KR 35 A 319 54	3135702490- 7956091	LUIS ROHENES HERAZO	4294
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA LICEO GUILLERMO VALENCIA	DG 21 TV 1	3015647191	JUAN GARCES NEGRETE	1677
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA MANUEL RUIZ ALVAREZ	IND B. VILLA DE PAZ - MANZANA 65	3126699050-3008426979	EDUARDO CORREA SUAREZ	1987
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA ISABEL LA CATOLICA	CL 18 7 A 67	7830686-3216930414	ELIECER RADA SERPA	881
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA MOGAMBO	IND MZ. 39 Y 53 ET. 2 MOGAMBO	7922578-7922172	HERNANDO PEREZ GAMERO	3567
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA CRISTOBAL COLON	IND TR 9 N 1120	7831818-7830202- 3013669132	MANUEL ANTONIO LEMUS FUENTES	3595
MONTERÍA	I.E. NUESTRA SEÑORA DE FATIMA	IND KM 5 VIA CERETE	7860279-3503842391	HAYDY ALEXANDRA BUITRAGO TORRES	222
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA LA INMACULADA	KR 6 34 70	7956621-7810555-3145382104	HTA. MARIA DEL CARMEN RIVERA TEJADA	1407
MONTERÍA	INSTITUCION EDUCATIVA LA RIBERA	IND B. LA RIBERA 4 ETAPA	7843183 - 3104920507	VICTOR RHENALS MAZA	1577
TOTAL ESTUDIANTES					59478

Toda la información anterior no nos da una idea clara de que instituciones son de menor mayor ingreso económico, pero si nos da una amplia necesidad de padres que tienen a más de 50.000 hijos estudiando y necesitan brindarles un mejor aprovechamiento del tiempo libre al momento en que salen de las respectivas instituciones educativas.

3. VALIDACIÓN DEL MERCADO

3.1 Entrevista

ENCUESTA DE VALIDACION DE OCUPACION DE NIÑOS Y JOVENES PARA EL APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO LIBRE.

NOMBRE: _____

CUANTOS AÑOS TIENE? _____

ES SOLTERO O CASADO? _____

TRABAJA ACTUALMENTE? _____

EN QUE TRABAJA? _____

DONDE VIVE? _____

VIVE EN CASA PROPIA O ARRENDADA? _____

CUANTOS HIJOS TIENE? _____

QUE EDADES TIENEN SUS HIJOS? _____

ESTUDIAN ACTUALMENTE? _____

DONDE ESTUDIAN? _____

PAGA PENSION EN EL COLEGIO? _____

CUANTO GASTA MENSUALMENTE PARA EL COLEGIO DE LOS NIÑOS? _____

QUIEN CUIDA A SUS NIÑOS CUANDO NO ESTAN EN EL COLEGIO? _____

CUANTO GASTA EN EL CUIDADO DE SUS HIJOS? _____

A QUE DEDICAN EL TIEMPO LIBRE? _____

TIENEN ALGUN TALENTO QUE LES HAYA DECUBIERTO? _____

QUE LE GUSTARIA QUE PUEDAN HACER SUS HIJOS EN SUS TIEMPO LIBRE? _____

3.2 Análisis de resultados

En la encuesta realizada a padres de familia en la entrada de diferentes instituciones educativas y en algunos barrios a algunas personas habitantes de estos, mostró como resultado la dificultad que se presenta a los padres de familia, sin distinción de estrato socioeconómico, sobre cómo aprovechar de mejor manera el tiempo libre de sus hijos. Muchos en su mayoría indicaban que se quedaban en casa con familiares, vecinos, o empleadas domésticas y que era difícil controlar las actividades que desarrollaban en sus tiempos libres.

Por otro lado, oportunidades que se presentan en el mercado actual, son bastante limitadas para personas que tienen ingresos bajos, debido al alto costo que generan las ofertas actuales, así como también se dificulta asistir en los horarios ofrecidos debido a que por lo general no tienen con enviar a los niños y jóvenes, así como también se tiende a dejar de asistir a los cursos debido a que en momentos se hace insostenibles por el costo de los pasajes así como también resulta difícil la compra de los materiales, insumos o instrumentos para llevar a cabo las actividades.

Es necesario poder contar con una alternativa para brindar a la comunidad en general, en la cual se pueda contar con un espacio de tiempo en el que sus hijos puedan contar con una muy buena oferta que les ayude al aprovechamiento del tiempo libre de tal forma que estén aprendiendo, adicional a esto, que sea con costos bajos lo cual ayudaría al fácil acceso por toda la ciudadanía sin importar el estrato socioeconómico, y que pueda tener la opción de disminuir el costo del transporte que es una razón por la cual se ve la deserción de los niños a los cursos o programas que se ofertan.

4. PROTOTIPO

4.1 Descripción del producto o servicio

El proyecto consiste en crear una escuela de música en donde se puedan ofrecer diferentes cursos, en especial de instrumentos propios de la cultura del caribe colombiano. La Empresa estaría constituida jurídicamente con el nombre “Escuela de Artes Bellart’s S.A.S”

Actualmente en la ciudad, no se cuenta con un centro de enseñanza musical, el cual sea de fácil acceso para todo usuario. Esto por lo costosos y por el no uso de la publicidad para darse a conocer. En Montería solo hay 2 de estos centros, y muchas personas ofrecen clases de forma privadas, las cuales en algunos casos se hacen más costosas.

El problema que se le presenta con más frecuencia a muchos padres, es la preocupación sobre cómo pueden ocupar sus hijos el tiempo libre, este proyecto es una solución a este inconveniente. Hay muchos padres que prefieren ingresar a sus hijos a cursos o actividades que les ocupe este tiempo, pero las opciones que existen son muy costosas para muchas personas, en especial las de escasos recursos. Ejemplo: Un curso de natación tiene un costo de \$300.000 mensuales, clases de tenis tienen un

valor similar, las más solicitadas, son las escuelas de fútbol. Estas si son más económicas, pero de difícil acceso para muchos, debido a la necesidad de comprar los equipos necesarios para practicar esta actividad.

Toda esta dificultad, sería la aprovechada para poder vender con más fuerza el servicio, de igual forma con los costos iniciales de los cursos, estos serían muy apetecidos.

Inicialmente, buscando establecer un nombre, se iniciaría la labor en la ciudad de Montería – Córdoba, principalmente en las instituciones educativas, con esto también se lograría durante los primeros 6 meses de trabajo se reduzcan costos en arriendo, utilizando un aula de la institución para brindar inicialmente los cursos, previo a esto es necesario solicitar a los rectores de las instituciones los permisos pertinentes, ofreciéndoles un beneficio adicional para la institución. Esto mismo le brindaría la oportunidad a sus padres poder contar con la tranquilidad que sus hijos terminarían clases y podrían quedarse a recibir sus cursos. Por otro lado de no ser posible contar con los permisos de la institución, se podría ubicar un local bien ubicado para brindar la oportunidad que todos asistan.

Así mismo se comprarían los instrumentos más básicos para empezar como lo son para cursos de guitarra y piano, debido a que estos son los campos en los que personalmente cuento con mayor experiencia, con el fin de disminuir costos, aumentar las ganancias y poder posicionarse para ubicarnos en un sitio más acondicionado y con más cursos en los que se pueda contar con personal adicional.

El mercado es bastante amplio debido al gran número de alumnos presentes en cada institución. Actualmente en la ciudad de Montería existen activas 30 Instituciones Educativas públicas y 32 Instituciones Educativas privadas, sin incluir las sedes con las que cada una cuenta, pero que se describieron anteriormente. (Fuente: <http://sineb.mineduccion.gov.co/bcol/app>).

4.2 Ficha técnica del producto o servicio

Cursos en diferentes instrumentos musicales propios del folclor de la región, así como también en técnica vocal, tales como: Guitarra, piano, acordeón, canto, percusión, entre otros instrumentos de viento y cuerda.

4.2.1 Planos



Escuela De Artes Bellart'S



SISTEMA DE EDUCACIÓN

BELLART'S

Nuestro principal objetivo es que nuestros alumnos toquen correctamente con musicalidad y expresión, disfrutando de la música.

Diferentes aspectos y materias conforman un Sistema de Enseñanza Integral, que interactúan entre sí para lograr este objetivo.



NUESTRA **METODOLOGÍA**

Esta basada en:



CURSOS

PMC (POPULAR MUSIC COURSE)



- Piano
- Guitarra Eléctrica
- Guitarra Acústica
- Batería
- Bajo Eléctrico
- Acordeón Vallenato
- Canto
- Violín
- Percusión Latina



5. MATRIZ ESTRATEGICA I

5.1 Identidad Estratégica

Este proyecto es con el fin de brindar solución a una problemática que se presenta en cada hogar de la ciudad de Montería, buscando brindar a la población principalmente de jóvenes y niños, una opción diferente de como ocupar el tiempo libre, en algo tan interesante como lo es, la ejecución de instrumentos musicales, como alternativa para su desarrollo personal, a bajo costo, lo cual le brinde la oportunidad a toda la población en general del municipio de Montería.

5.2 Futuro Preferido

Inicialmente, buscando establecer un nombre, se iniciaría la labor en la ciudad de Montería - Córdoba, principalmente en las instituciones educativas de la ciudad, buscando contar con su apoyo en la labor y con esto también se lograría durante los primeros 6 meses de trabajo se reduzcan los costos en arriendo, utilizando un aula de la institución para brindar inicialmente los cursos.

Previo a esto es necesario solicitar a los rectores de las instituciones educativas los permisos pertinentes, ofreciéndoles un beneficio adicional para la institución.

Al cabo del segundo año de funcionamiento podamos contar con sede propia, totalmente equipada, con más de 1000 estudiantes inscritos en los diferentes cursos ofrecidos, ubicándonos como la unida Escuela de Artes de Montería posicionada en el mercado general de la ciudad.

5.3 Objetivo General

Poder brindar a la comunidad en general, la posibilidad de acceder a actividades recreativas en las cuales se de aprovechamiento de mejor manera al tiempo libre por los niños, jóvenes y adultos y que este aprovechamiento sea de calidad y que no afecte su economía, teniendo como base, ser asequibles para toda la población en general.

5.4 Objetivos Específicos

Realizar un plan de trabajo conjunto con las instituciones Educativas para mejorar el aprovechamiento del tiempo libre de los niños y adolescentes mediante cursos musicales.

- Brindar cursos económicos de acceso para todos los estudiantes y padres de familia.
- Disminuir el tiempo de ocio de niños, adolescentes y adultos inscritos a los cursos ofertados, mediante actividades recreativas.

5.5 Valores

PASION

El compartir esto, es lo que hará que nuestra empresa crezca y alcance los objetivos propuestos.

CONFIANZA

Base sobre la que se construye todo, siempre es necesario contar con el apoyo del otro para lograr un objetivo común.

TRABAJO EN EQUIPO

Juntos siempre es más fácil llegar a la meta.

CALIDAD

Siempre debemos ser creativos, eficientes, productivos y con el ideal de siempre hacer lo mejor y dar lo mejor de nosotros.

RENTABILIDAD

“Es el resultado visible de todas nuestras ideas, esfuerzos e ilusiones. Es el oxígeno que permite podamos seguir viviendo”: Daniel Servitje.

5.6 Análisis de PESTEL

POLÍTICOS	ECONÓMICOS	SOCIALES	TECNOLÓGICOS	ECOLÓGICOS	LEGALES
Regulaciones estatales	Alta tasa de informalidad en el mercado laboral.	Poca estabilidad en la realización de proyectos.	Poco manejo de las tecnologías por parte de padres		Lineamientos de control
	Bajos ingresos	Desinformación por parte de la ciudadanía	Páginas que prestan los servicios desde casa		Contratación estable del equipo de trabajo
	Costos de movilidad	Paradigmas	Dificultad para publicitar por el poco acceso a muchos hogares		
	Costos de sostenimiento	Poco apoyo al desarrollo cultural			

5.7 Análisis de Porter

1. Poder de negociación del cliente

Actualmente se tendría diferentes tipos de clientes, en donde en su gran mayoría se les brindaría nuestro servicio como una alternativa para dar solución al problema del aprovechamiento del tiempo libre de sus hijos, adicional a costos asequibles para todos y que se les puede brindar la posibilidad que cuenten con los instrumentos para sus prácticas en casa a las personas que no cuenten con los recursos para comprar el instrumento de manera inmediata.

2. Poder de negociación del proveedor

Se cuenta con un esquema claro para el apoyo a las Instituciones Educativas que nos apoyen en esta labor, con incentivos económicos de manera mensual, que hagan las partes de un arriendo, el cual sería un ingreso adicional para esta. Así mismo con los proveedores de los instrumentos, se propondrían compras al por mayor con el fin que bajen los precios y mantengan los descuentos en miras al proceso de expansión.

3. Amenaza de nuevos competidores

Actualmente en la ciudad de Montería en el Departamento de Córdoba, no se cuenta con un centro de formación musical el cual brinde la posibilidad, dependiendo de cada institución, de ver estos cursos dentro de la misma institución educativa donde llevan sus estudios escolares o en un centro de formación en donde cada padre tenga la opción de poderlos llevar y buscar en horarios que se les permita laborar libremente, dedicando mas tiempo a la enseñanza de los niños y jóvenes, mostrándonos como una alternativa para un mejor aprovechamiento del tiempo libre.

4. Amenaza de productos o servicios sustitutos

Con las miras de crecimiento que se tienen actualmente, se pretende reinvertir de manera constante, brindando la posibilidad a la comunidad en general, poder contar con mas servicios de igual manera a bajo costo, brindando apoyo constante a esas personas que deseen poder seguir con los cursos pero los gastos no les ayuden, así mismo es necesario realizar un seguimiento constante a todos los usuarios, con el fin de querer cubrir sus necesidades de la mejor manera y que se pueda ayudar al aprendiz sin que se afecte a la empresa.

5. Rivalidad entre los competidores existentes

Actualmente los competidores presentes en la ciudad, se han fijado con sus altos costos y exigencias, en un mercado objetivo que son las personas con recursos suficientes para realizar estos pagos sin ningún problema, pero es de tener en cuenta que los estratos medios y bajos también desean tener estas opciones pero no las ven alcanzables, por esta razón nos fijamos en gran medida a las personas con menos posibilidades de adquirir estos servicios costosos, creando así CANTIDAD de personas

interesadas, las cuales buscan calidad a bajo costo, y en este tipo de servicio se les puede dar.

6. CONCLUSIONES

Mediante el estudio realizado en el presente proyecto, se puede contar con calidad de servicio pero con acceso para todos.

Sin duda alguna es necesario poder brindar la posibilidad de que las personas puedan contar con un espacio, en que igual al deporte, se le pueda dar la posibilidad de practicar y sacar adelante en cualquier espacio, esto sin tener en cuenta las condiciones económicas o sociales, dando un mejor aprovechamiento del tiempo libre, teniendo en cuenta que con esto se pueden prevenir muchos problemas de orden social, en los cuales estamos incurriendo actualmente.

ANEXO 2

GUIA OPCIÓN DE GRADO II CREACIÓN DE EMPRESA

INTRODUCCIÓN

1. JUSTIFICACIÓN

En la ciudad de Montería y por lo general en muchos municipios del país, existe gran problemática sobre -¿Cómo ocupar el tiempo libre de nuestros hijos, y aprovechar sus talentos?-, pero en la ciudad no se cuenta con centros específicos los cuales puedan brindarle la posibilidad a los padres, principalmente de estratos mas bajos, poder contar con sitios, que con costos asequibles, brinden la posibilidad de hacer crecer como persona a sus hijos y también tener la posibilidad de laborar para sacar a sus familias adelante.

En Colombia nos hemos caracterizado por tener de nuestras raíces, amor por el arte, principalmente la música, esto desde los campesinos con sus cantos de vaquería, en nuestro departamento como lo es el interpretar y bailar ritmos como el porro, fandango y así mismo con gran admiración siempre viendo a los artistas que nos representan a nivel nacional e internacional.

Este es un arte que poco se ha estado apoyando y en Montería hay muy pocos centros de enseñanza artística y aunque muchas personas ofrecen clases de forma privadas, no son muy asequibles para todos, por los altos costos que estas tienen.

Actualmente en el Departamento de Córdoba, principalmente en la ciudad de Montería como nuestro foco principal, vemos día a día gran desocupación de niños y jóvenes, en donde por lo general en horarios no escolares vemos jóvenes en las calles para ver que hacen, en algunos casos en semáforos trabajando o hasta en conflicto con sus padres o familiares.

Todo esto se deriva del no aprovechamiento del tiempo libre, mediante métodos de estudio o entretenimiento de costos asequibles, en donde los niños, jóvenes y hasta los adultos, se sientan atraídos y puedan a su vez aprender algo que sea productivo no solo para el momento, sino para la vida.

El no contar en la ciudad de Montería con esta opción para las personas en general, puede aportar, más adelante en incrementar los niveles de inseguridad que actualmente se manejan en la ciudad, así como también fue calculado por el DANE en la siguiente tabla:

Tasa de percepción de inseguridad por ciudad
Población de 15 años y más
28 ciudades

Ciudad	Percepción de inseguridad en la ciudad	Variación puntos porcentuales 2016 - 2015	Variación estadísticamente significativa
Total 28 ciudades	62,7	0,3	NO
Bogotá D.C.	81,7	-1,5	NO
Quibdó	78,0	6,7	SÍ
Soacha	77,9	-0,6	NO
Cartagena	73,4	7,1	SÍ
Cali	70,7	7,0	SÍ
Sincelejo	69,0	-7,5	SÍ
Villavicencio	68,8	13,2	SÍ
Barranquilla	67,9	9,4	SÍ
Pasto	64,7	-0,7	NO
Soledad	64,4	2,8	NO
Valledupar	64,0	4,3	SÍ
Neiva	60,7	10,1	SÍ
Cúcuta	54,9	10,3	SÍ
Palmira	54,4	-8,6	SÍ
Riohacha	49,7	-6,7	SÍ
Popayán	48,9	-5,7	SÍ
Bucaramanga	47,2	11,9	SÍ
Armenia	39,1	-11,8	SÍ
Medellín	38,8	-4,4	SÍ
Ibagué	35,5	3,1	SÍ
San Andrés	31,5	23,6	SÍ
Pereira	29,4	-4,7	SÍ
Montería	25,1	-3,5	SÍ
Buenaventura	24,1	-23,6	SÍ
Tunja	19,6	-4,6	SÍ
Santa Marta	16,5	-7,5	SÍ
Tuluá	15,1	-20,9	SÍ
Manizales	13,2	-5,9	SÍ

Fuente: DANE- Encuesta de Convivencia y Seguridad Ciudadana - 2017
 Población de referencia: 17.996 miles de personas de 15 años y más para el total de 28 ciudades.

Con el fin de disminuir este indicador y mejorar la calidad de vida de la población, es necesario empezar a mejorar el uso del tiempo libre de niños y jóvenes, en donde se puedan plantear alternativas que le brinden a la población oportunidades para tener herramientas para el uso en mejor medida de los conocimientos y talentos que todos tienen.

2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATEGICA

2.1 Descripción de la Idea de Negocio

El proyecto consiste en crear una escuela en donde se puedan ofrecer diferentes cursos, en especial de instrumentos propios de la cultura del caribe

colombiano, La Empresa estaría constituida jurídicamente con el nombre “Escuela de Artes Bellart’s S.A.S”.

2.2 Identidad Estratégica

Este proyecto es con el fin de brindar solución a una problemática que se presenta en cada hogar de la ciudad de Montería, buscando brindar a la población principalmente de jóvenes y niños, una opción diferente de como ocupar el tiempo libre, en algo tan interesante como lo es, la ejecución de instrumentos musicales, como alternativa para su desarrollo personal, a bajo costo, lo cual le brinde la oportunidad a toda la población en general del municipio de Montería.

2.3 Futuro Preferido

Inicialmente, buscando establecer un nombre, se iniciaría la labor en la ciudad de Montería - Córdoba, principalmente en las instituciones educativas de la ciudad, buscando contar con su apoyo en la labor y con esto también se lograría durante los primeros 6 meses de trabajo se reduzcan los costos en arriendo, utilizando un aula de la institución para brindar inicialmente los cursos.

Previo a esto es necesario solicitar a los rectores de las instituciones educativas los permisos pertinentes, ofreciéndoles un beneficio adicional para la institución.

Al cabo del segundo año de funcionamiento podamos contar con sede propia, totalmente equipada, con más de 1000 estudiantes inscritos en los diferentes cursos ofrecidos, ubicándonos como la unida Escuela de Artes de Montería posicionada en el mercado general de la ciudad.

2.4 Objetivo General

Poder brindar a la comunidad en general, la posibilidad de acceder a actividades recreativas en las cuales se de aprovechamiento de mejor manera al tiempo libre por los niños, jóvenes y adultos y que este aprovechamiento sea de calidad y que no afecte su economía, teniendo como base, ser asequibles para toda la población en general.

2.5 Objetivos Específicos

Realizar un plan de trabajo conjunto con las instituciones Educativas para mejorar el aprovechamiento del tiempo libre de los niños y adolescentes mediante cursos musicales.

- Brindar cursos económicos de acceso para todos los estudiantes y padres de familia.
- Disminuir el tiempo de ocio de niños, adolescentes y adultos inscritos a los cursos ofertados, mediante actividades recreativas.

2.6 Valores

PASION

El compartir esto, es lo que hará que nuestra empresa crezca y alcance los objetivos propuestos.

CONFIANZA

Base sobre la que se construye todo, siempre es necesario contar con el apoyo del otro para lograr un objetivo común.

TRABAJO EN EQUIPO

Juntos siempre es más fácil llegar a la meta.

CALIDAD

Siempre debemos ser creativos, eficientes, productivos y con el ideal de siempre hacer lo mejor y dar lo mejor de nosotros.

RENTABILIDAD

“Es el resultado visible de todas nuestras ideas, esfuerzos e ilusiones. Es el oxígeno que permite podamos seguir viviendo”: Daniel Servitje.

2.7 Análisis de PESTEL

POLÍTICOS	ECONÓMICOS	SOCIALES	TECNOLÓGICOS	ECOLÓGICOS	LEGALES
Regulaciones estatales	Alta tasa de informalidad en el mercado laboral.	Poca estabilidad en la realización de proyectos.	Poco manejo de las tecnologías por parte de padres		Lineamientos de control
	Bajos ingresos	Desinformación por parte de la ciudadanía	Páginas que prestan los servicios desde casa		Contratación estable del equipo de trabajo
	Costos de movilidad	Paradigmas	Dificultad para publicitar por el poco acceso a muchos hogares		
	Costos de sostenimiento	Poco apoyo al desarrollo cultural			

2.8 Análisis de Porter

1. Poder de negociación del cliente

Actualmente se tendría diferentes tipos de clientes, en donde en su gran mayoría se les brindaría nuestro servicio como una alternativa para dar solución al problema del aprovechamiento del tiempo libre de sus hijos, adicional a costos asequibles para todos y que se les puede brindar la posibilidad que cuenten con los instrumentos para sus prácticas en casa a las personas que no cuenten con los recursos para comprar el instrumento de manera inmediata.

2. Poder de negociación del proveedor

Se cuenta con un esquema claro para el apoyo a las Instituciones Educativas que nos apoyen en esta labor, con incentivos económicos de manera mensual, que hagan las partes de un arriendo, el cual sería un ingreso adicional para esta. Así mismo con los proveedores de los instrumentos, se propondrían compras al por mayor con el fin que bajen los precios y mantengan los descuentos en miras al proceso de expansión.

3. Amenaza de nuevos competidores

Actualmente en la ciudad de Montería en el Departamento de Córdoba, no se cuenta con un centro de formación musical el cual brinde la posibilidad, dependiendo de cada institución, de ver estos cursos dentro de la misma institución educativa donde llevan sus estudios escolares o en un centro de formación en donde cada padre tenga la opción de poderlos llevar y buscar en horarios que se les permita laborar libremente, dedicando mas tiempo a la enseñanza de los niños y jóvenes, mostrándonos como una alternativa para un mejor aprovechamiento del tiempo libre.

4. Amenaza de productos o servicios sustitutos

Con las miras de crecimiento que se tienen actualmente, se pretende reinvertir de manera constante, brindando la posibilidad a la comunidad en general, poder contar con mas servicios de igual manera a bajo costo, brindando apoyo constante a esas personas que deseen poder seguir con los cursos pero los gastos no les ayuden, así mismo es necesario realizar un seguimiento constante a todos los usuarios, con el fin de querer cubrir sus necesidades de la mejor manera y que se pueda ayudar al aprendiz sin que se afecte a la empresa.

5. Rivalidad entre los competidores existentes

Actualmente los competidores presentes en la ciudad, se han fijado con sus altos costos y exigencias, en un mercado objetivo que son las personas con recursos suficientes para realizar estos pagos sin ningún problema, pero es de tener en cuenta que los estratos medios y bajos también desean tener estas opciones pero no las ven alcanzables, por esta razón nos fijamos en gran medida a las personas con menos posibilidades de adquirir estos servicios costosos, creando así CANTIDAD de personas

interesadas, las cuales buscan calidad a bajo costo, y en este tipo de servicio se les puede dar.

2.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas

Análisis de campos de fuerza

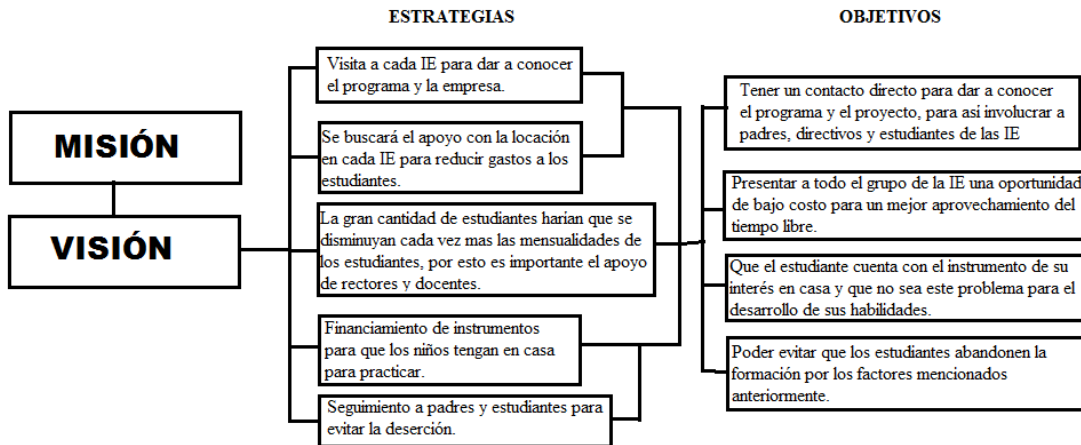
Objetivo: Dar a conocer y posicionar nuestro nombre en el mercado local.

Actualmente en la ciudad no se cuenta con un centro de formación que se haya dado a conocer con fuerza en la población estudiantil, como mercado objetivo, lo cual nos ayudaría a posicionar desde el primer momento nuestro nombre en el mercado.

FUERZAS INDUCTORAS	FUERZAS OPOSITORAS
Bajo costo	Bajos ingresos
Horarios asequibles	No apoyo de las IE
Financiación de instrumentos	Gastos de transporte y alimentación
Métodos de pago	
Asequible para todas las personas	

2.10 Matriz de Despliegue estratégico Generativa

El despliegue estratégico se concentra en lograr que la estrategia de nuestros clientes se cumpla a través del uso de diferentes herramientas y el seguimiento de pasos muy concretos que permitirán pasar del papel a la acción y se extienda a todos los niveles de la organización.



2.11 Cadena de Valor



2.12 Estrategia Competitiva

- **Infraestructura de la empresa:** Además de contar con IE para el desarrollo de la actividad, es necesario contar con unas instalaciones adecuadas para los estudiantes que puedan acercarse directamente al centro de formación, este debe contar con unas especificaciones técnicas para cumplir con la reglamentación vigente acerca de la disminución de ruido en centros urbanos.
- **Administración de recursos humanos:** Aunque es poco el personal que se necesitaría, es bueno contar con personas que deseen aportar en el ideal de apoyar a la juventud en el mejor aprovechamiento del tiempo libre, así como amor por lo que hace y conoce.
- **Desarrollo tecnológico:** Es importante contar con equipos los cuales puedan aportar para el desarrollo óptimo del objeto de la empresa, teniendo como meta poder enseñar a producir música en las instalaciones de la organización.
- **Abastecimiento:** Es necesario poder tener un abastecimiento de instrumentos y muebles y enseres de oficina con el fin de poder llevar a cabo nuestro objetivo, así como para ser más competitivos y poder tener la disponibilidad de lo que el mercado exige.
- **Logística interna:** Es primordial a nivel interno poder contar con cada equipo, instrumento y documentos en donde son necesarios para poder ser oportunos en la respuesta a cada solicitud o exigencia por parte de la empresa, estudiantes, padres de familia o demás órganos que así lo exijan.
- **Marketing y ventas:** Con el fin de cumplir con las metas establecidas hay que tener en pro de los objetivos un equipo de ventas con metas claras y definidas para poder atraer a la mayor cantidad de personas posibles con el fin de hacer crecer la organización.
- **Instructores:** Inicialmente se optará por realizar los cursos en los cuales tengo el conocimiento para la ejecución de instrumentos como guitarra y piano, así mismo se gestionaría con varios instructores tanto de bajo, acordeón y otros cursos conforme se vaya dando la demanda de los mismos, mediante la promoción de los mismos en cada IE y a la comunidad en general.
- **Logística externa:** Se debe contar con un vehículo en el cual se debe hacer el transporte de los instrumentos a las IE con las cuales se pueda realizar el convenio, así como el transporte de los instructores desde la sede principal de la Escuela de Artes Bellart's
- **Servicio post-venta:** Se realizará un seguimiento constante de los estudiantes y padres de familia, el cual se hará mediante comunicación telefónica y visitas personalmente, con el fin de evitar la deserción y apoyar en el desarrollo de los estudiantes. Así mismo y de manera paralela es necesario fidelizar a cada usuario de la empresa con seguimiento constante de la satisfacción por los resultados obtenidos con sus hijos.

3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1 Objetivos del Estudio de Mercados

- Conocer las necesidades y gustos de los estudiantes y padres de familia para con sus hijos en relación con actividades artísticas.
- Conocer la situación económica en general y segmentar el mercado para así ofrecer tarifas asequibles para cada usuario.
- Identificar sitio de preferencia para la realización de actividades artísticas propuestas, la IE o un sitio diferente.
-

3.2 Definición del mercado objetivo

El mercado objetivo con la empresa y programa que se propone, sería la comunidad educativa de la ciudad de Montería en el Departamento de Córdoba – Colombia, que actualmente según cifras del MEN está entre estudiantes de primaria y bachilleres, así como quienes validan sus estudios, sería un total de 75.232 estudiantes, tanto en Instituciones Educativas públicas y privadas presentes en la ciudad de Montería.

Actualmente un 90% de los padres encuestados indican con preocupación que no se cuenta con unos cursos o apoyo para el mejor aprovechamiento del tiempo libre, lo cual preocupa tanto a los padres como a la comunidad en general debido a que este tiempo libre es aprovechado por personas que no piensan en el bienestar de los niños y jóvenes, para inducirlos en algunos casos a realizar actividades ilícitas.

Los niños y jóvenes mostraron gran interés por actividades deportivas y artísticas, pero estas no eran ampliamente apoyadas por los padres o no eran instruidas en la Institución Educativa, en algunos casos por políticas de pensum académicos o por falta de recursos económicos para cubrir los gastos ya que en algunos casos se hacen insostenibles por parte de los padres, por lo que lleva en muchos casos a desaparecer los cursos o hasta las mismas empresas.

Por esta razón desean pueda haber en el mercado para niños y jóvenes, un centro de enseñanza en el cual puedan tener sus hijos continuidad y de costos asequibles para que estos no se hagan insostenibles.

3.3 Metodología de Investigación

ENCUESTA DE VALIDACION DE OCUPACION DE NIÑOS Y JOVENES PARA EL APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO LIBRE.

NOMBRE: _____

CUANTOS AÑOS TIENE? _____

ES SOLTERO O CASADO? _____

TRABAJA ACTUALMENTE? _____

EN QUE TRABAJA? _____

DONDE VIVE? _____

VIVE EN CASA PROPIA O ARRENDADA? _____

CUANTOS HIJOS TIENE? _____

QUE EDADES TIENEN SUS HIJOS? _____

ESTUDIAN ACTUALMENTE? _____

DONDE ESTUDIAN? _____

PAGA PENSION EN EL COLEGIO? _____

CUANTO GASTA MENSUALMENTE PARA EL COLEGIO DE LOS NIÑOS? _____

QUIEN CUIDA A SUS NIÑOS CUANDO NO ESTAN EN EL COLEGIO? _____

CUANTO GASTA EN EL CUIDADO DE SUS HIJOS? _____

A QUE DEDICAN EL TIEMPO LIBRE? _____

TIENEN ALGUN TALENTO QUE LES HAYA DECUBIERTO? _____

QUE LE GUSTARIA QUE PUEDAN HACER SUS HIJOS EN SUS TIEMPO LIBRE? _____

3.4 Análisis de Investigación

En la investigación realizada para el presente proyecto, se pudo evidenciar una gran problemática vista desde diferentes puntos.

En la ciudad de Montería en el Departamento de Córdoba, así como en gran parte del país, encontramos gran problemática de desocupación de niños, jóvenes y adolescentes, quienes en muchos casos no pueden ingresar a programas para mejorar el aprovechamiento del tiempo libre, por causas como la falta de ingresos para la sostenibilidad en el programa, para el pago de materiales, insumos, transporte, entre otros, teniendo gran posibilidad de deserción al poco tiempo de haber ingresado.

En temporada de recesos escolares, se ve en gran medida la problemática mencionada anteriormente, debido a que los padres deben contar con una persona permanente para el cuidado de sus hijos, así mismo encontramos que en gran medida los niños, jóvenes y adolescentes, no son incentivados de manera correcta para hacer un mejor uso del tiempo libre, lo cual agudiza la problemática.

En la ciudad de Montería existen muy pocos centros de formación artística, lo cual indica que es muy poco tenida en cuenta como una posibilidad de ocupación para el tiempo libre, y los centros que hay, para muchas personas son muy costosos, lo cual podríamos indicar que van dirigidos a un mercado objetivo, que cuente con recursos para el sostenimiento en los programas.

Un punto que juega muchas veces en contra, son los horarios, los infantiles, salen del colegio en dos jornadas, las cuales van entre 2 pm y 6 pm, en donde vemos que para algunos están toda la mañana en casa y otros la tarde, por lo general solos debido a que esos horarios son los de entrada y salida del trabajo de muchas personas.

Con el fin de brindar una alternativa de solución para esta problemática es el deseo de crear la Escuela de Artes Bellart's, la cual sin importar el estrato económico brinda la posibilidad de que todos los niños, jóvenes y adolescentes puedan contar con una alternativa para un mejor aprovechamiento del tiempo libre, brindando cursos musicales, de instrumentos propios de la cultura de la costa, lo cual gracias a los íconos musicales del momento en Colombia, desde que se es niño existe una identificación por alguno en específico, y es bueno aprovechar lo receptivo que se es para la información desde que se es niño. Por esto y como gran alternativa contaríamos con la Escuela de Artes Bellart's.

4. PLAN DE MARKETING

4.1 Objetivos del Plan de Marketing

- Impactar desde un primer momento en el mercado objetivo, generando recordación por parte de todos los posibles clientes.
- Brindar una alternativa diferente a todo público.
- Mejorar la recuperación de la inversión.
- Dar a conocer la empresa inicialmente en los diferentes municipios aledaños para irle dando un crecimiento por escala a la empresa.
- Disminuir la deserción y aumentar el número de clientes, es decir mejorar el embudo de conversión.
- Incrementar el número de clientes mediante una promoción constante.
- Fidelizar los clientes con los que se cuenta y los que ingresan.
- Aumentar los ingresos de la empresa mediante el incremento del número de clientes.

4.2 Estrategia de Producto.

Cursos en diferentes instrumentos musicales propios del folclor de la región, así como también en técnica vocal, tales como: Guitarra, piano, acordeón, canto, percusión, entre otros instrumentos de viento y cuerda.

Cursos de bajo costo, lo cual captaría la atención de más usuarios, con el fin de convertirlos en clientes.

4.2.1 Estrategia de Marca

La marca que se daría a conocer sería Bellart's, la cual como se puede ver y a la vez cuando se pronuncia tiene similitud a "Bellas Artes", centro que actualmente no tiene la ciudad de Montería y que a nivel general siempre es relacionado con la enseñanza de diferentes artes, pero el logo tiene un mundo el cual identifica que sería para todos, pero con el pentagrama que tiene debajo del mundo, se identificaría mayor tendencia a la enseñanza musical.



4.2.2 Estrategia de Empaque

Todos los instrumentos que pertenezcan a la empresa tendrán el logo de la misma, así como cartillas, estampado en suéteres, laminado para vehículos, esto con el fin de dar a conocer la marca en la ciudad y que genere recordación cada vez que lo vean.

4.2.3 Estrategia de Servicio Postventa

Seguimiento constante a los clientes más vulnerables, con el fin de evitar la deserción y mejorar la calidad del servicio, esto sin descuidar a todas las personas que hagan parte de la empresa.

4.3 Estrategia de Precio

Como el mercado objetivo serían principalmente las instituciones educativas de la ciudad de Montería en el Departamento de Córdoba, se tendrían precios competitivos de acuerdo al sector, de \$50.000 pesos mensuales, dando la facilidad de pago, dependiendo de la fuente de ingresos y de la forma de pago que tengan los padres de familia, el pago debe ser anticipado, por esta razón se haría el ofrecimiento previo para la inscripción de los estudiantes que así mismo tendría un costo de \$20.000 y se haría una única vez. Todo lo anteriormente descrito con una intensidad horaria de 4 horas semanales.

4.4 Estrategia de Publicidad

Se manejaría volantes, folletos y visitas a cada IE para dar a conocer los diferentes planes y alternativas para cada estudiante.

4.4.1 Plan de Medios

Se haría una publicidad exhaustiva por redes sociales, whatsapp, paginas web de IE, entre otros medios.

4.5 Estrategia de Promoción

Costos cursos musicales para las Instituciones Educativas

Guitarra clásica, Piano, acordeón y canto:

Inscripción: \$ 10.000

Mensualidad: \$ 50.000

Descuentos: Por referidos \$ 10.000 en la siguiente mensualidad por cada alumno nuevo inscrito.

Y para las IE por cada alumno que se inscriba y sea cumplido con sus mensualidades con pago anticipado, se daría un aporte mensual a la IE de \$10.000 por cada estudiante, así como se le brindaría apoyo en las actividades culturales que esta realice.

4.6 Estrategia de Distribución

Se realizaría promoción en IE, como fuerte principal, parques de gran afluencia de personas, por radio, entre otras, con el fin que la empresa sea conocida por todas partes.

4.7 PROYECCIÓN DE VENTAS

ESCUELA DE ARTES BELLART'S												
PROYECCION DE VENTAS Y NUMERO DE ESTUDIANTES A 12 MESES												
CURSOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS POR GUITARRA	3.000.000	3.750.000	4.500.000	5.250.000	6.000.000	6.750.000	7.500.000	8.250.000	9.000.000	9.750.000	10.500.000	11.250.000
# DE ESTUDIANTES	60	75	90	105	120	135	150	165	180	195	210	225
INGRESOS POR PIANO	1.000.000	1.250.000	1.500.000	1.750.000	2.000.000	2.250.000	2.500.000	2.750.000	3.000.000	3.250.000	3.500.000	3.750.000
# DE ESTUDIANTES	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75
INGRESOS POR CANTO	1.000.000	1.250.000	1.500.000	1.750.000	2.000.000	2.250.000	2.500.000	2.750.000	3.000.000	3.250.000	3.500.000	3.750.000
# DE ESTUDIANTES	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75
INGRESOS POR ACORDEON	0	0	400.000	560.000	720.000	880.000	1.040.000	1.200.000	1.360.000	1.520.000	1.680.000	1.840.000
# DE ESTUDIANTES	0	0	5	7	9	11	13	15	17	19	21	23
INGRESOS POR CAJA	0	0	150.000	250.000	350.000	0	550.000	650.000	750.000	850.000	950.000	1.050.000
# DE ESTUDIANTES	0	0	3	5	7		11	13	15	17	19	21
INGRESOS POR GUACHARACA	0	0	150.000	250.000	350.000	450.000	550.000	650.000	750.000	850.000	950.000	1.050.000
# DE ESTUDIANTES	0	0	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21
INGRESOS POR BAJO	0	0	0	0	0	200.000	300.000	400.000	500.000	600.000	700.000	800.000
# DE ESTUDIANTES	0	0	0	0	0	4	6	8	10	12	14	16
TOTAL INGRESOS	5.000.000	6.250.000	8.200.000	9.810.000	11.420.000	12.780.000	14.940.000	16.650.000	18.360.000	20.070.000	21.780.000	23.490.000
TOTAL # DE ESTUDIANTES	100	125	161	192	223	249	291	324	357	390	423	456

5. CONCLUSIONES

La presente propuesta de negocio, busca poder cubrir diferentes problemáticas presentes en nuestro entorno y quizá en todos los núcleos familiares del país, en donde sería una oportunidad para aportar al cambio que se desea en la sociedad, brindando una alternativa distinta a los niños, jóvenes y adultos, de poder aprovechar sus talentos de una mejor manera.

Bellart's sería una empresa con gran sentido social, en donde se contaría con personal idóneo que de lo mejor de sí, para poder contar con futuros artistas en nuestra población y en nuestro país. Sería de fácil acceso para toda la población e inclusive se podría tener en cuenta el apoyo de organismos gubernamentales o privados para el apoyo en esta tarea.

6. BIBLIOGRAFIA

- Ley Número 397 De 1997 “Ley General de Cultura”.
- UNICEF en su informe “*La niñez colombiana en cifras*”,
- DANE censo nacional 2005
- MEN página web “Buscando Colegio” –

<https://sineb.mineducacion.gov.co/bcol/app?service=page/BuscandoColegio>

- DANE censo 2016
- DANE: Encuesta de convivencia y seguridad ciudadana 2017