



CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

**TRABAJO FINAL OPCIÓN DE GRADO 3
“ACADEMIA DE FORMACIÓN DE ARTISTAS INTEGRALES (AFAI)”**

ASIGNATURA

Opción de grado Tres - Grupo 10101

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

Karen Lorena Ospina Calderón

NOMBRE DEL CATEDRÁTICO

Ing. Henry Martínez Vargas

Bogotá, Colombia; Noviembre de 2017.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto tiene como fin visibilizar nuestro objetivo empresarial de creación de empresa, organizarlo de forma coherente para analizar su viabilidad y después de ello plantear una estrategia de conformación. El proyecto es llamado AFAI (Academia de Formación de Artistas Integrales) y tiene como fin la educación artística principalmente en el municipio de Madrid, ampliando el ámbito cultural del municipio y fortaleciendo los conocimientos en esta rama del saber en los Madrileños.

1. JUSTIFICACIÓN

Madrid tiene una población de 80.622 habitantes, de los cuales un 30% son jóvenes entre las edades de 16 años a 25 años. Este municipio hace parte de la sabana de occidente de Bogotá, y a pesar de tener cercanía con la capital de las artes en el país, no cuenta con movimientos culturales que permitan desarrollar las habilidades pertinentes para el desenvolvimiento en este campo del saber. Actualmente no cuenta con un centro cultural o bien llamada casa de la cultura, por eso AFAI pretende prestar sus servicios con el fin de impulsar el talento de las personas y ayudarlas a visionar un futuro artístico.

2. PENTÁGONO

Necesidades:

Creemos que los jóvenes de 12 a 25 años que vivan en el municipio de Madrid necesitan:

- un teatro que les sirva de punto de encuentro
- un lugar donde puedan reunirse para disfrutar de eventos y servicios para fortalecer la comunicación entre ellos.

- Un salón de eventos cómodo, tranquilo, agradable y a bajo precio.

Beneficios

- Llevar eventos artísticos al municipio de Madrid para fortalecer la cultura madrileña.
- Comodidad para el cliente por medio de un espacio tranquilo.
- Por medio del buen servicio incentivar a los clientes a que nos visiten más a menudo.

Soluciones actuales

- Bares y restaurantes, comunes que solo se limitan a poner música y la atención es regular.
- Panaderías, que están ubicadas hasta dos en la misma cuadra lo que no genera lealtad por parte del cliente ya que su producto se encuentra muy cerca de los establecimientos.
- Los parques principales, son agradables pero la falta de cultura por lo que se ven sillas rotas, basura, alcantarillas en mal estado y en las noches es muy inseguro estar en estos lugares.
- Centros comerciales, tienen varios locales en el municipio hay dos de estos pero la organización es mala, están bien ubicados pero son muy pequeños.

Inconformidades/frustraciones

- No se puede compartir en actividades artísticas, como obras teatrales, muestras de danzas, musicales o zonas de lecturas ya que el municipio aún no cuenta con una biblioteca.

Mercado:

- El mercado actual es de 77.627 Madrileños

- El segmento se encuentra en el casco urbano y la cifra es de 67527 personas.
- El Target son hombres que se encuentren entre las edades de 20 años a 28 años que vivan en la parte central del municipio y trabajen en horario de oficina, la cifra es de 11874

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 OBJETIVO

- Determinar oferta y demanda del servicio educativo artístico con el fin de determinar la población interesada en nuestro servicio.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprobar la existencia de una necesidad y que no ha sido cubierta en el sector educativo.
- Determinar cuáles son los canales de información utilizados por la organización.
- Saber con qué frecuencia el público adquiere servicios de tipo educativo.
- Investigar sobre la posible competencia, es decir la oferta existente en el mercado.

3.3 SEGMENTACIÓN

- El público a quien va dirigido nuestro proyecto son personas entre los 12 años y los 25 se aspira que sea nuestro cliente potencial, estrato medio, sin distinción de sexo, estudiantes de bachillerato.

3.4 ANÁLISIS DEL SECTOR

Actualmente Madrid cuenta con varios espacios donde se desarrollan actividades artísticas, como lo son:

- Arte y manualidades H D, que es una organización enfocada a las artes plásticas, brindando a sus clientes talleres de manualidades. Actualmente alrededor de 15 a 30 personas se ven beneficiadas con este proyecto.
- La semilla, es un lugar social sin ánimo de lucro, que se creó para contribuir con la mejora cultural del municipio y de esta hacen parte aproximadamente 50 jóvenes que desarrollan actividades artísticas musicales, teatro y artes plásticas.
- Galería y academia de alto relieve, Formar y promocionar artistas creativos y originales con fundamentos teóricos y técnicos que compartan su saber y talento con la comunidad. ALTO RELIEVE busca así mismo desarrollar en sus alumnos la conciencia crítica, la curiosidad con afán de conocimiento y ser una plataforma para los talentos emergentes del municipio de Madrid. Actualmente cuenta con aproximadamente 40 estudiantes.

3.5 METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Se seleccionó un grupo de la población Madrileña, al cual se le aplicó dicha encuesta con el fin de conocer la viabilidad del proyecto, después de realizar esta herramienta se desarrolló su tabulación y de esta manera fue mucho más fácil procesar la información y tomar medidas a la hora de implementar el proyecto.

3.5.1 ANÁLISIS

Tomando en cuenta la información que los gráficos nos proporcionan, tenemos como resultado que un parte importante del sector cultural que habita en Madrid, ya hace parte de un grupo o movimiento artístico dentro del municipio y que estos estarían interesados en adquirir un servicio de estudios que permita certificarlos en la rama de interés. Así mismo se puede observar que el

programa que a futuro tendría más demanda sería el de Arte Danzario, ya que la mayor parte de la población encuestada comparte la inclinación hacia este programa.

También se puede observar que el interés por el arte en el municipio a pesar de no ser altísimo, tiene gran cabida en los jóvenes Madrileños. Y el rango que precios en los que están ubicados, es decir, lo que los posibles clientes estarían dispuestos a pagar por nuestro servicio es medio. Lo que nos permite la posibilidad de creer que nuestro proyecto empresarial podría tener gran acogida. Y de esta manera se estaría solucionando una necesidad social.

3.6 PLAN DE MARKETING

3.6.1 ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

- Cada viernes se realizarán muestras artísticas por parte de nuestros estudiantes en el teatro que tendremos disponible.
- Las clases serán vivenciales en un 80% asegurando que el estudiante disfrute de la experiencia con nosotros y de esta manera el promedio de deserción sea muy bajo.
- La academia estará equipada con lo necesario (espejos, piso en madera, barras, camerinos, zona de descanso, biblioteca, espacios de esparcimiento, teatro, aislamiento de sonido, tableros por estudiante de plástica)
- Convenir entre estudiantes y docentes la metodología de las clases, para evitar tener una sola línea de enseñanza y permitir que la educación sea bidireccional.
- Establecer una serie de normas que faciliten la comunicación entre los integrantes de la institución, prevaleciendo sobre todo el respeto.

3.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

- Hacer alianzas con el estado, otorgando becas del 30% otorgadas por el municipio para incentivar a los estudiantes y de esta forma aprovechamos su satisfacción de forma que ellos creen un voz a voz y se amplíe el mercado.
- Reducir precios por debajo de la competencia, lo que generaría mayor atención en el público y al estar ubicados como única academia de arte en el municipio sería aún más alta la demanda.
- Aprovechar las muestras realizadas por los estudiantes, cobrando un bono de apoyo y de esta forma compensar los bajos precios en el mercado.
- Dentro de los docentes de nuestra organización, se contratarán personas que estén en etapa de prácticas o pasantías y de esta forma se reducirían los costos.
- Realizar muestras artísticas por parte de los estudiantes que están en nuestra academia y se cobra una tarifa de entrada.

3.6.3 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

- Hacer presencia en redes sociales (Instagram, Twitter, Facebook, Whatsapp, correo electrónico).
- Tener una página web propia.
- Pagar para obtener publicidad por medio de la radio y la televisión municipal.
- Crear afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios para repartirlos en los diferentes puntos importantes del municipio.

3.6.4 DESARROLLO DE LA MARCA

LOGO



SLOGAN

“Moviendo cultura”

3.6.5 VENTAJA COMPETITIVA Y COMPARATIVA

AFAI la ventaja competitiva es la calidad en su educación, uniendo en pequeños segmentos de tiempo a los estudiantes con el fin de re afianzar los lazos personales y los académicos por medio de la interrelación de los cuatro grupos artísticos. CCB ventaja comparativa está en proceso y sus instalaciones no tienen la capacidad para acaparar el mercado.

3.6.6 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

- Crear ofertas como el adquirir un segundo cupo con el 30% de descuento.
- Descuentos en entradas a nuestro teatro.
- La posibilidad de hacer presentaciones en nuestro teatro, en caso de que el estudiante haga parte de grupo independiente, este podrá cobrar el 50% de la entrada.

- Hacer alianzas con empresas que provean instrumentos o utilería, para generar descuentos en la compra de sus productos y de esta forma nuestros estudiantes se beneficien económicamente.
- Crear concursos por entradas a muestras artísticas en lugares importantes del país.
- Hacer sorteos de entradas a congresos de las diferentes áreas artísticas a las cuales nos enfocamos.
- Participar y concursar en festivales con el ánimo de generar nuevas experiencias en nuestro estudiante.

3.6.7 CAMPAÑA PUBLICITARIA

Se realizaran distintos performances o cuadros de 15 minutos en diversos puntos del municipio, contando obviamente con la aprobación y el permiso de la alcaldía de Madrid. De esta forma se pretende generar expectativa en los habitantes del municipio e incentivarlos a hacer parte de nuestros procesos de aprendizaje.

3.6.8 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

En la distribución selectiva seleccionamos ubicación de la academia para mejorar la experiencia del estudiante, dejando a su favor la cercanía de la institución a su vivienda. Por ello, tendremos varias sedes distribuidas por barrios importantes del municipio, garantizando así la accesibilidad a cualquier parte de la población.

Esta estrategia permite diferenciarnos al situar nuestra academia en sitios seleccionados. Por ello, si queremos dar imagen de un servicio selecto y exclusivo será más sencillo estando presente a lo largo y ancho del municipio.

La distribución selectiva supone unos costes de distribución muchos menores. Al elegir los puntos de venta, tengo un menor número que atender y puedo eliminar los que suponen mayor coste agregar más escalas en la cadena de distribución. El canal de distribución que posee la academia es corto puesto que hay pocos intermediarios entre el servicio y el consumidor, siendo aquellos puntos donde se presta el servicio.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 Definición de la Estructura Organizacional.

a. Misión: ACADEMIA DE FORMACIÓN DE ARTISTAS INTEGRALES (AFAI) es una academia la cual presta un servicio cultural que pretende crear un lugar tranquilo y cómodo donde los Madrileños se sientan a gusto con la calidad del servicio, la atención esperada y oportuna, por medio del personal idóneo con la responsabilidad adecuada en el cumplimiento de los compromisos asignados que tiene como fin satisfacer las expectativas del cliente.

b. Visión: ACADEMIA DE FORMACIÓN DE ARTISTAS INTEGRALES (AFAI) el año 2027 será reconocido a nivel departamental, creando nuevos espacios donde ya no solo los Madrileños puedan disfrutar de sus servicios, si no que nuevos municipios logren encontrar un lugar en el cual puedan acceder a otro tipo de educación.

c. Organigrama



d. DOFA

		Fortalezas	Debilidades
		1. El buen servicio generara satisfacción al cliente.	1. No hay suficiente experiencia en el campo laboral.
		2. Publicidad, perifoneo y cuadros artísticos que creen expectativa.	3. No se cuenta con gran cantidad de convenios para realizar los eventos, lo que hace que los costos aumenten.
		4. Ubicación	4. Costos altos de funcionamiento.
Oportunidades	1. Implementación artística en la educación de colegios madreños.	1. Abrir nuevas sedes cerca de colegios.	1. Capacitaciones
	2. Necesidad de empleo por parte de artistas Madreños, ya que al contratar personas sin el título profesional, pero con experiencia se disminuyen gastos.	2. Contratar docentes con experiencia en las artes que generen empatía con los estudiantes y transmitan el espíritu artístico.	2. Realizar estudios permanentes con el fin de realizar mejora continua.
			3. Realizar convenios con colegios para que sus alumnos tengan descuentos especiales.
Amenazas	1. Competencia en municipios aledaños.	1. Por medio de la publicidad el café será reconocido a nivel municipal, lo que hará que nuestra competencia no sea una amenaza	1. Realizar promociones para cautivar a los clientes.
	2. Falta de interés cultural y artístico por parte de los madreños.	2. Gracias a la innovación de nuestro servicio, se lograra incentivar al cliente para que se interese por la parte cultural.	

4.2 Tamaño de la Empresa

ACADEMIA DE FORMACIÓN DE ARTISTAS INTEGRALES (AFAI) Inicialmente será micro empresa ya que la cantidad de colaboradores que actualmente se requieren es de 15 personas, pero se espera que a futuro tenga el máximo crecimiento y logre un avance con respecto a lo deseado principalmente.

4.3 Normatividad

- PROYECTO DE ACUERDO No. 294 DE 2009. "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE EL PLAN DISTRITAL DE EDUCACION ARTISTICA A TRAVES DE LAS ESCUELAS LOCALES DE FORMACIÓN DEL ARTE EN EL DISTRITO CAPITAL Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES"
- LEY 397 DE 1997 "LEY NACIONAL DE CULTURA".
- CONVENIO INTERADMINISTRATIVO 455-05 DEL 2005 ENTRE EL MINISTERIO DE CULTURA Y EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL.
- LEY 1064 DE 2006. "POR LA CUAL SE DICTAN NORMAS PARA EL APOYO Y FORTALECIMIENTO DE LA EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO Y EL DESARROLLO HUMANO ESTABLECIDA COMO EDUCACIÓN NO FORMAL EN LA LEY GENERAL DE EDUCACIÓN"
- Decreto 2888 de 2007. "POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA CREACIÓN, ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LAS INSTITUCIONES QUE OFREZCAN EL SERVICIO EDUCATIVO PARA EL TRABAJO Y DESARROLLO HUMANO, ANTES DENOMINADO EDUCACIÓN NO FORMAL, SE ESTABLECEN LOS REQUISITOS BÁSICOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS PROGRAMAS Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES"
- PROYECTO DE ACUERDO No. DE 2009. "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE EL PLAN DISTRITAL DE EDUCACIÓN ARTÍSTICA Y SE CONFORMAN LAS ESCUELAS LOCALES DE FORMACIÓN DE ARTE Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES"
- LEY 48 (Noviembre 20 de 1918) SOBRE FOMENTO DE LAS BELLAS ARTES

- DECRETO No. 2888 (31 Julio de 2007)
- DECRETO 0525 DE 1990 (Marzo 6)
- LEY 397 DE 1997 (Agosto 07)
- DECRETO 3888 DE 2007 (octubre 10)

4.4 Costos Administrativos

4.4.1 Gastos de personal

CARGO	HORAS ESTIMADAS A TRABAJAR POR SEMANA	VALOR HORA	SALARIO
DOCENTE	20	\$ 5.000	\$ 400.000
DOCENTE	20	\$ 5.000	\$ 400.000
DOCENTE	20	\$ 5.000	\$ 400.000
DOCENTE	20	\$ 5.000	\$ 400.000
DOCENTE	20	\$ 5.000	\$ 400.000
DOCENTE	20	\$ 5.000	\$ 400.000
DOCENTE	20	\$ 5.000	\$ 400.000
DOCENTE	20	\$ 5.000	\$ 400.000
DOCENTE	20	\$ 5.000	\$ 400.000
DOCENTE	20	\$ 5.000	\$ 400.000
DOCENTE	20	\$ 5.000	\$ 400.000
SERVICIOS VARIOS	12	\$ 3.000	\$ 144.000
CELADOR 2	72	\$ 3.000	\$ 864.000
CELADOR 1	72	\$ 3.000	\$ 864.000
SECRETARIA	48	\$ 3.000	\$ 576.000
CONTADOR	10	\$ 5.000	\$ 200.000
RECTOR	48	\$ 8.000	\$ 1.536.000
TOTAL			\$ 8.584.000

4.4.2 Gastos de puesta en marcha

REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES			
Cant.	INFRAESTRUCTURA		
4	Salones para entrenamiento.		
2	Salones de teoria		
1	Aula multiple para el programa de artes plasticas		
3	Salones aforados		
4	Baños		
2	Oficinas		
TOTAL INFRAESTRUCTURA 4 MESES			\$ 20.000.000
Cant.	MUEBLES Y ENSERES	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN
60	Pupitres	\$ 40.000	\$ 2.400.000
80	Sillas	\$ 25.000	\$ 2.000.000
5	Tableros	\$ 175.000	\$ 875.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 5.275.000
Cant.	HERRAMIENTAS	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN
200	Libros	\$ 10.000	\$ 2.000.000
200	Cds, Dvd	\$ 8.000	\$ 1.600.000
20	Marcadores	\$ 2.000	\$ 40.000
10	Resma de papel	\$ 10.000	\$ 100.000
10	Borradores de tablero	\$ 8.000	\$ 80.000
TOTAL HERRAMIENTAS			\$ 3.820.000
Cant.	TECNOLOGÍA	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN
2	Computadores mesa	\$ 270.000	\$ 540.000
2	Telefonos	\$ 110.000	\$ 220.000
2	Impresoras	\$ 180.000	\$ 360.000
3	Video Beam	\$ 300.000	\$ 900.000
3	Televisores	\$ 400.000	\$ 1.200.000
3	DVD	\$ 50.000	\$ 150.000
3	Equipo (Bafle)	\$ 300.000	\$ 900.000
TOTAL TECNOLOGÍA			\$ 4.270.000
TOTAL			\$ 33.365.000

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

5.1 Objetivo del Estudio Legal

Recoger la información necesaria sobre lo que podría afectar a la empresa en cuanto a normas y leyes, para evitar inconvenientes futuros por desacato a las mismas. Así mismo conocer los trámites necesarios para su puesta en marcha.

5.2 Marco Legal

5.2.1 Leyes laborales docentes

- Régimen laboral: El régimen laboral aplicable a las relaciones laborales y a las prestaciones sociales de los educadores privados es el código sustantivo de trabajo (ley

115 de 1994, art. 196). Adicionalmente, a los educadores privados les aplican las normas sobre escalafón docente, capacitación y asimilaciones del antiguo estatuto docente (Decreto 2277 de 1979, art. 4). El concepto genérico educadores incluye a docentes y directivos docentes (Decreto 2277 de 1979, art. 2).

- **Idoneidad:** Los establecimientos sólo podrán contratar personas de reconocida idoneidad ética y pedagógica, con título en educación emitido por una universidad o entidad de educación superior, o con otro título universitario, para dictar cátedras relacionadas con su especialidad. El establecimiento educativo le dará la formación pedagógica (ley 115 de 1994, art. 198)
- **Duración del contrato:** El Código sustantivo de Trabajo establece que los contratos de los docentes privados se hacen por 10 meses. Sin embargo, la Corte Suprema de Justicia estableció que los contratos pueden ser por un periodo mayor o menor, cuando las partes así lo acuerden (Corte Suprema de Justicia, sala de casación laboral, sentencia de febrero 14 de 1997).
- **Seguridad social:** Los establecimientos privados deben pagar a los docentes seguridad social por 12 meses (Ley 100 de 1993, art. 284), y calcular las vacaciones y cesantías sobre un año completo. (Código Sustantivo del Trabajo, art. 102). En consecuencia, los docentes tienen derecho a 15 días de vacaciones (Código Sustantivo del Trabajo, art. 102). De acuerdo con el concepto reciente de la Oficina Jurídica del Ministerio de Educación, los docentes deben ser vinculados por contrato de trabajo, a menos que en realidad dicten solamente unas horas cátedra. Por lo tanto, la seguridad social debe ser financiada conjuntamente por el trabajador y el empleador. En cuanto a los docentes que

trabajan en distintas jornadas en los sectores oficial y privado deben afiliarse exclusivamente al Fondo de Prestaciones del Magisterio.

Concepto sobre pago de seguridad social a los docentes privados.

- Escalafón: El ingreso al escalafón es facultativo y no imperativo. Una vez el educador solicite su inscripción, le aplican las normas sobre la materia. Los establecimientos privados no están obligados a contratar exclusivamente educadores escalonados (sentencia Corte Constitucional C-673 del 28 de junio de 2001). Para los docentes contratados por escalafón en el sector privado, su salario no puede ser inferior al señalado para igual categoría a quienes trabajen en el sector oficial (Ley 115 de 1994, art. 197, sentencia C252 de 1995). Los profesionales con grado diferente a licenciado ingresan al grado 6 en el escalafón, y deben permanecer 3 años en éste, antes de pasar al séptimo. De ahí en adelante ascienden por permanencia (Decreto 2277 de 1979, art. 10). Los licenciados ingresan al grado 7 del escalafón, y de ahí en adelante ascienden por permanencia (Decreto 2277 de 1979, art. 10).
- Decretos de Salarios: Para los docentes que trabajen en el sector privado y estén inscritos en el escalafón, o sean contratados según lo dispuesto en el Decreto 2277 de 1979.

5.2.2 Leyes tributarias

- Impuesto de renta.
- IVA.
- Ica.
- Retención en la fuente.
- Impuesto al patrimonio

5.2.3 Leyes de propiedad intelectual

- **Artículo 61** El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.

Ley 23 de 1982 Sobre los Derechos de Autor

- **Artículo 1** Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común. También protege esta ley a los intérpretes o ejecutantes, a los productores de fonogramas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor.
- **Artículo 2** Los derechos de autor recaen sobre las obras científicas, literarias y artísticas las cuales se comprenden todas las creaciones del espíritu en el campo científico, literario y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión y cualquiera que sea su destinación, tales como: los libros, folletos y otros escritos.

Ley 599 de 2000 Por la Cual se Expide el Código Penal

- **Artículo 270** VIOLACION A LOS DERECHOS MORALES DE AUTOR.
- **Artículo 271** (Modificado por el artículo 2 de la Ley 1032 de 2006). VIOLACIÓN A LOS DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS. Incurrirá en prisión de cuatro (4) a ocho (8) años y multa de veintiséis punto sesenta y seis (26.66) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes quien, salvo las excepciones previstas en la ley, sin autorización previa y expresa del titular de los derechos correspondientes.

1. Por cualquier medio o procedimiento, reproduzca una obra de carácter literario, científico, artístico o cinematográfico, fonograma, videograma, soporte lógico o programa de ordenador, o, quien transporte, almacene, conserve, distribuya, importe, venda, ofrezca, adquiera para la venta o distribución, o suministre a cualquier título dichas reproducciones.
 2. Represente, ejecute o exhiba públicamente obras teatrales, musicales, fonogramas, videogramas, obras cinematográficas, o cualquier otra obra de carácter literario o artístico.
 3. Alquile o, de cualquier otro modo, comercialice fonogramas, videogramas, programas de ordenador o soportes lógicos u obras cinematográficas.
 4. Fije, reproduzca o comercialice las representaciones públicas de obras teatrales o musicales.
 5. Disponga, realice o utilice, por cualquier medio o procedimiento, la comunicación, fijación, ejecución, exhibición, comercialización, difusión o distribución y representación de una obra de las protegidas en este título.
 6. Retransmita, fije, reproduzca o, por cualquier medio sonoro o audiovisual, divulgue las emisiones de los organismos de radiodifusión.
 7. Recepcione, difunda o distribuya por cualquier medio las emisiones de la televisión por suscripción.
- **Artículo 272** (Modificado por el artículo 3 de la Ley 1032 de 2006). VIOLACIÓN A LOS MECANISMOS DE PROTECCIÓN DE DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS, Y OTRAS DEFRAUDACIONES. Incurrirá en prisión de cuatro (4) a ocho (8) años y multa de veintiséis punto sesenta y seis (26.66) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Decreto 1070.

Fuente: <http://www.derechodeautor.gov.co/htm/legal/legislacion>
<http://www.convenioantipirateria.org.co/> Consultado en: 07-11-2012

5.3 Definición de la Empresa:

- Microempresa ya que la cantidad de colaboradores que actualmente se requieren es de 15 personas, pero se espera que a futuro tenga el máximo crecimiento y logre un avance con respecto a lo deseado principalmente.
- De acuerdo a la actividad que desarrolla la empresa, se clasificaría en una empresa de servicio educativo.
- Según el capital se encasillaría en empresas privada, ya que su aporte estará en manos de accionistas particulares.
- Según su naturaleza jurídica estaría en las empresas individuales.
- Según su ámbito de actuación inicialmente sería una empresa local.

5.4 Constitución Legal:

- Diligenciar el formulario de Registro de Matrícula Mercantil y la solicitud del NIT. Luego podrá pagar los derechos de Registro de Matrícula Mercantil, presentar los requisitos legales tributarios.
- Dirigirse a la DIAN. Aquí, ya le permitirán tramitar oficialmente el RUT, le asignarán el NIT y conocerá los requisitos de funcionamiento de su empresa.
- En la Secretaria de Hacienda deberá diligenciar el Registro de Industria y Comercio, el Certificado de uso del suelo, tramitar la licencia sanitaria, la de seguridad, revisión técnica de bomberos.

- Por último los Estatutos de la Persona Jurídica (Minuta de constitución y Escritura pública)

Fuente: <http://www.colombialelegalcorp.com/requisitos-para-crear-una-empresa/> Consultado en: 27-10-2017

6. ESTUDIO TÉCNICO

6.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TECNICO

6.1.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones, y la organización requerida para realizar llevar a cabo las funciones de enseñanza.

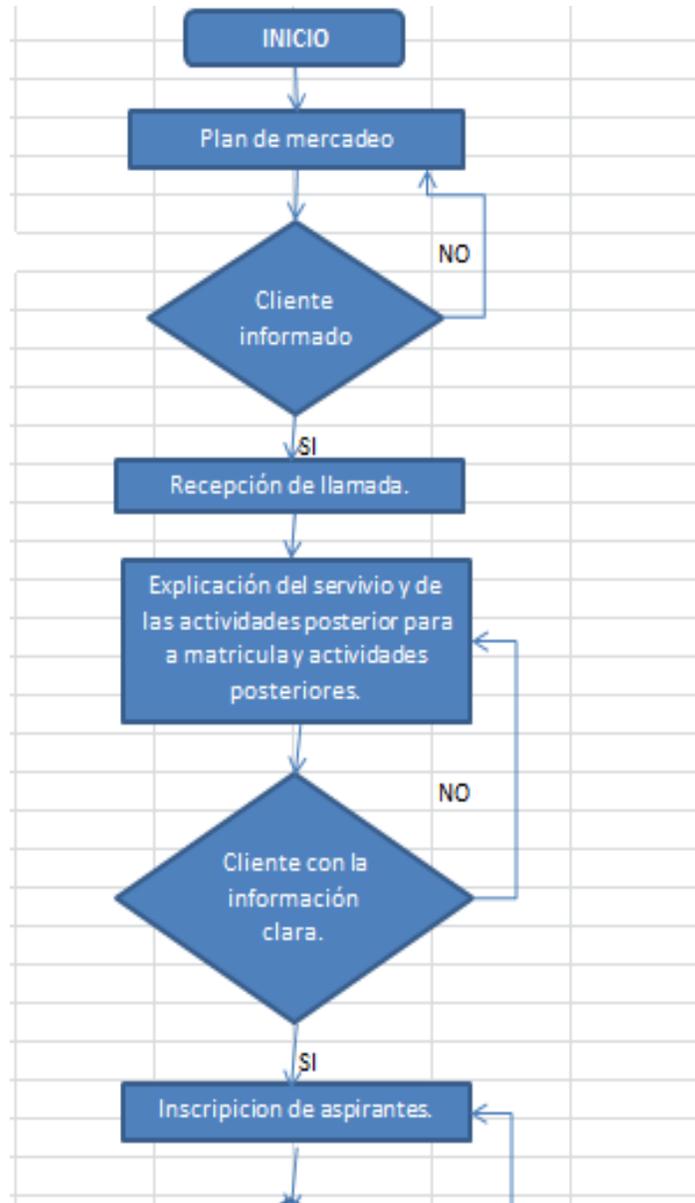
6.1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

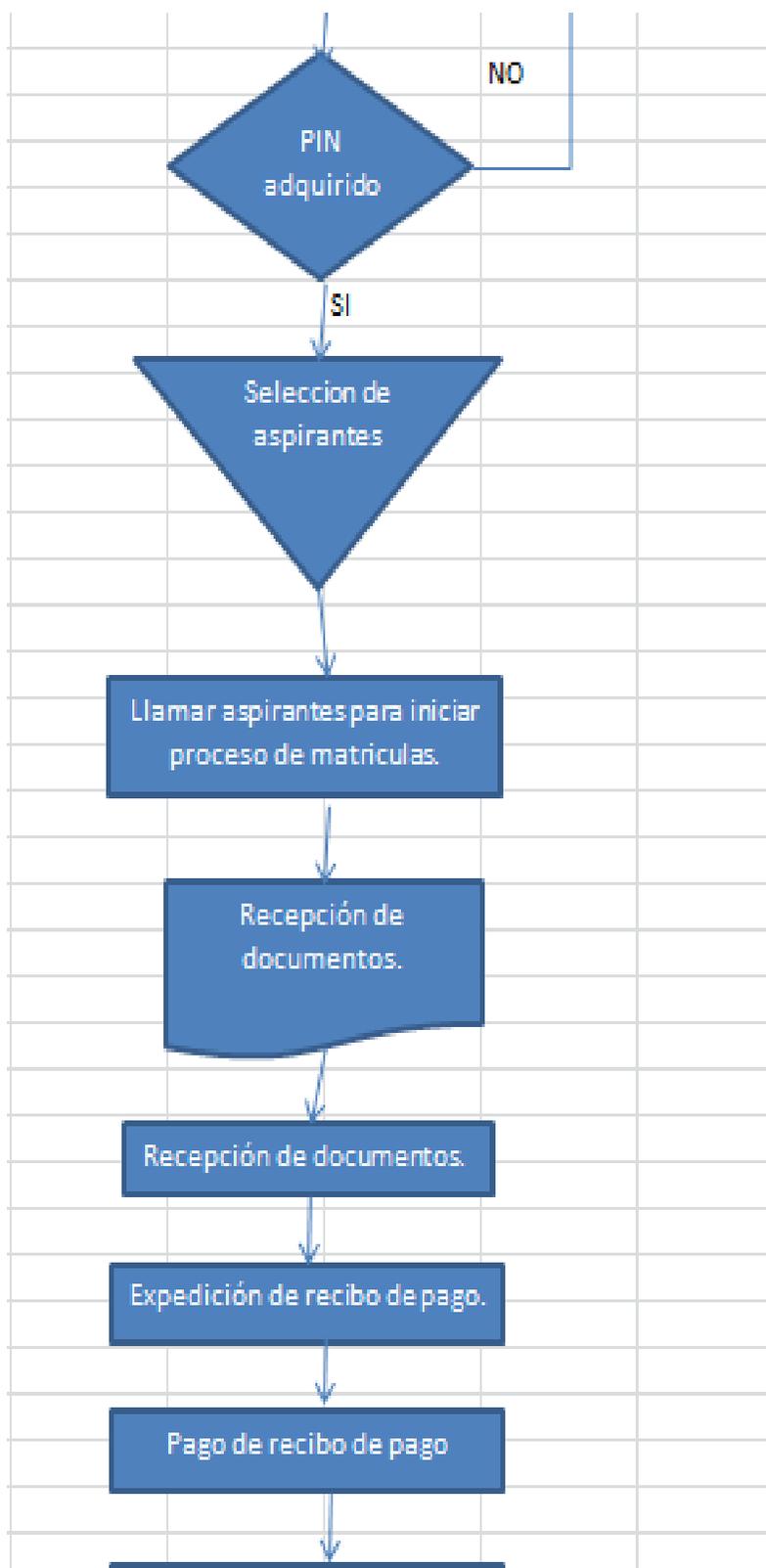
- Indagar, estudiar y establecer el tamaño que nuestra empresa tendrá, y fijar su localización.
- Identificar los medios que se requieren para llevar a cabo las labores de enseñanza, evaluando y comparando varios precios así como la calidad de cada instrumento.
- Establecer la conformación de la organización teniendo en cuenta las habilidades y conocimientos de los integrantes buscando siempre que la empresa sea eficiente con sus procesos.

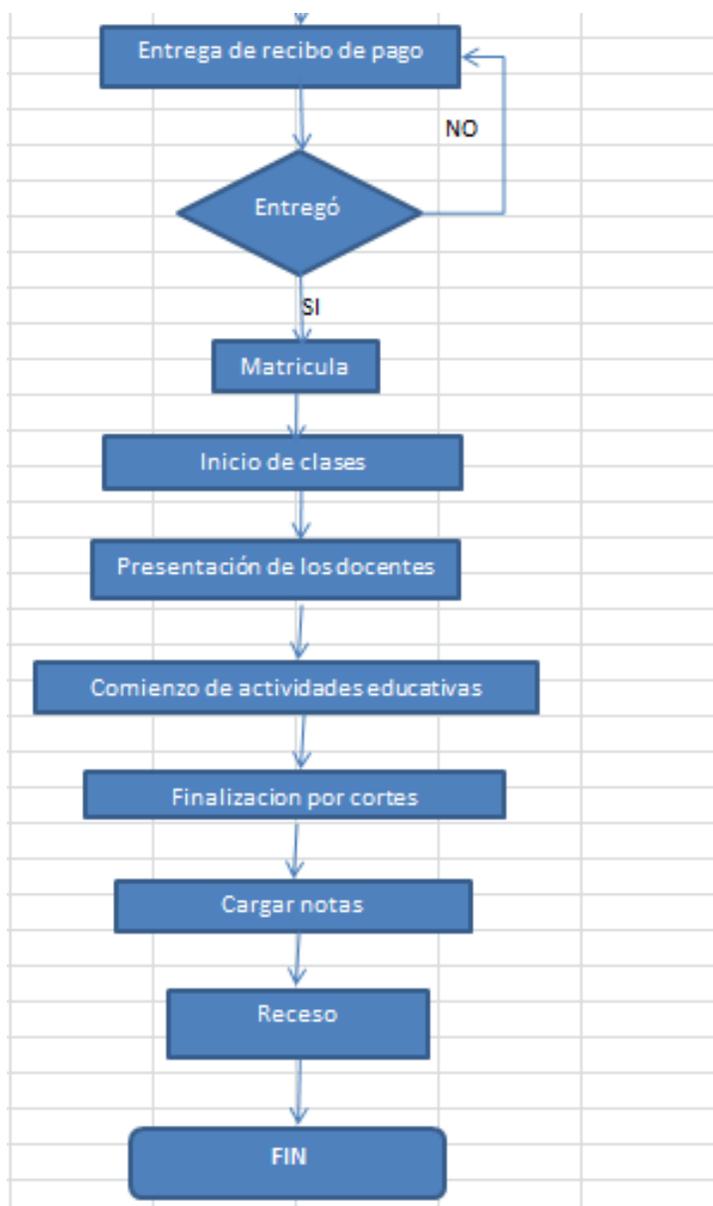
6.2 FICHA TECNICA DEL SERVICIO

NOMBRE DEL SERVICIO	Educación técnica
USUARIOS	Comunidad
PROCESO	Proyección social
RESPONSABLE DEL PROCESO	Gestora Cultural
DESCRIPCION DEL SERVICIO	Formación continua en el área artística. Música, Artes plásticas, Arte Danzario, Artes escénicas.
NECESIDADES Y ESPECTATIVAS DE LOS CLIENTES	Dar continuidad a su aprendizaje artístico-cultural con un servicio de alta calidad.
REQUISITOS LEGALES	Ley 30 de 1992, ley 112 de 1994, decreto 2566 de 2003.
REQUISITOS TECNICOS	Conocimientos básicos en el programa académico a ingresar.
REQUISITOS DE OPORTUNIDAD	Seis semestres.
REQUISITOS AFINES AL MEDIO DE ENTREGA	El servicio será presentado de forma presencial.

6.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO







6.4 PROCEDIMIENTOS

Actividad	Hacer publicidad	Explicación del servicio	Selección de aspirantes	Llamar al aspirante
Accion	Pegar pancartas, perifoneo, publicaciones en periodicos, volanteo.	Leer la carta de presentación de la organización, y empezar a explicar nuestro paquete de servicios.	revisión de documentos, análisis y toma de desiciones.	Buscar números telefonicos en la lista de datos personales.

Actividad	Recepción de documentos	Expedición de recibo de pago.	Inicio de clases.	Comienzo de actividades educativas
Accion	Verificar que estos documentos esten completos y proceder archivar.	Agregar documento y nombres completos a la plataforma para generar el recibo de pago de la matricula.	Realizar una inducción previa a los estudiante para mejorar su estadia en nuestras instalaciones	Dirigir y guiar al estudiante a cumplir cabalmente las tareas y funciones planteadas por el docente.

6.5 REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES

REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES				
Cant.	INFRAESTRUCTURA			
4	Salones para entrenamiento.			
2	Salones de teoria			
1	Aula multiple para el programa de artes plasticas			
3	Salones aforados			
4	Baños			
2	Oficinas			
TOTAL INFRAESTRUCTURA 4 MESES				\$ 20.000.000
Cant.	MUEBLES Y ENSERES	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN	
60	Pupitres	\$ 40.000	\$ 2.400.000	
80	Sillas	\$ 25.000	\$ 2.000.000	
5	Tableros	\$ 175.000	\$ 875.000	
TOTAL MUEBLES Y ENSERES				\$ 5.275.000
Cant.	HERRAMIENTAS	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN	
200	Libros	\$ 10.000	\$ 2.000.000	
200	Cds, Dvd	\$ 8.000	\$ 1.600.000	
20	Marcadores	\$ 2.000	\$ 40.000	
10	Resma de papel	\$ 10.000	\$ 100.000	
10	Borradores de tablero	\$ 8.000	\$ 80.000	
TOTAL HERRAMIENTAS				\$ 3.820.000
Cant.	TECNOLOGÍA	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN	
2	Computadores mesa	\$ 270.000	\$ 540.000	
2	Telefonos	\$ 110.000	\$ 220.000	
2	Impresoras	\$ 180.000	\$ 360.000	
3	Video Beam	\$ 300.000	\$ 900.000	
3	Televisores	\$ 400.000	\$ 1.200.000	
3	DVD	\$ 50.000	\$ 150.000	
3	Equipo (Baffle)	\$ 300.000	\$ 900.000	
TOTAL TECNOLOGÍA				\$ 4.270.000
TOTAL				\$ 33.365.000

6.6 COSTOS

DETALLE	VALOR MENSUAL	
ALQUILER DE INFRESTRUCTURA	\$ 5.000.000	
SERVICIOS BASICOS	\$ 340.000	
Agua	\$ 100.000	
Luz	\$ 120.000	
Telefono	\$ 120.000	
NOMINA DE ADMINISTRACIÓN	\$ 4.184.000	
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 9.524.000	
NOMINA OPERATIVA	\$ 4.400.000	
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 4.400.000	
COSTOS TOTALES	\$ 13.924.000	

6.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	VALOR MENSUAL	
ALQUILER DE INFRESTRUCTURA	\$ 5.000.000	
SERVICIOS BASICOS	\$ 340.000	
Agua	\$ 100.000	
Luz	\$ 120.000	
Telefono	\$ 120.000	
NOMINA DE ADMINISTRACIÓN	\$ 4.184.000	
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 9.524.000	
NOMINA OPERATIVA	\$ 4.400.000	
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 4.400.000	
COSTOS TOTALES	\$ 13.924.000	
VALOR POR ESTUDIANTE	\$ 130.000	
CANTIDAD DE ESTUDIANTES	120	
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 36.667	
VENTAS	\$ 15.600.000	
PUNTO EQUILIBRIO	\$ 13.265.571,43	

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO

Analizar la viabilidad económica del proyecto, para conocer las condiciones en las que se va a realizar y plantear estrategias de mejora, evitando en gran parte la presencia de pérdidas para la organización. Se sistematiza la información para sacar conclusiones a partir de ella y tomar decisiones en cuanto a la implementación de nuevos métodos de trabajo.

7.2 CONCLUSION DEL ESTUDIO FINANCIERO

La empresa dispone de los recursos necesarios para llevar a cabo su actividad productiva, por cada peso de endeudamiento, la empresa dispone de un capital de liquidez, solvencia para resolver sus pasivos. El porcentaje de endeudamiento es bajo y por lo tanto se proyecta que su crecimiento será alto y que de esta forma sus activos crecerán. Se adquieren deudas que a futuro serán solventadas a partir de las utilidades que se reciban por la prestación del servicio, se verá reflejada en mayor adquisición de infraestructura solidificando el proyecto empresarial y aumentando su capacidad de respuesta a la demanda.

8. ANALISIS DE IMPACTOS

8.1 IMPACTO SOCIAL

A través del arte se educa a una sociedad de forma más dinámica, aumenta el nivel de conocimiento y competitividad en el campo artístico de aquellos que hagan parte de nuestra formación. Se sabe que el nivel de analfabetismo en el país es alto, por lo cual se podría decir que hacemos parte de una sociedad con bajos recursos educativos, esto es la causa de los problemas sociales existentes como lo es la inseguridad, embarazo precoz, drogadicción, entre otras. Lo que hace el arte es disminuir estos índices, por medio de una práctica sana que logra cautivar desde los más chicos a los más adultos para hacer un cambio importante en sus vidas.

Aplicando cambios positivos en cuanto a los valores, normas y creencias del individuo, guiando y racionalizando sus deseos hacia el futuro con respecto a la sociedad y a sí mismo.

8.2 IMPACTO ECONOMICO

Aumentaría el apoyo económico a los actuales estudiantes de carreras a fin con el arte, ya que se abrirían nuevas oportunidades laborales. Esto incrementaría su experiencia y a futuro tendríamos docentes con mejores iniciativas de enseñanza. Se crearían nuevos espacios de aprendizaje, lo que significaría menos gastos en la solución a problemáticas sociales, ya que el arte abre la mente y trabaja desde la transformación mental y cultural, cambiando el pensamiento de su practicante. Aumentaría la probabilidad de empleo para los interesados en estudiar en nuestra academia ya que comenzarían a buscar nuevas salidas económicas por medio de las herramientas adquiridas en nuestro proyecto.

9. ANEXOS

9.1 ENCUESTA

ESTUDIO DE MERCADO

Este formulario tiene como fin la investigación del mercado en cuanto a la parte cultural, específicamente en el municipio de Madrid y cercanías.

***Obligatorio**

La edad en la que se encuentra actualmente oscila entre: *

- Menos de 15 años.
- Entre los 16 a los 20 años.
- De 20 años en adelante.

¿Hace parte de algún grupo artístico o cultural? *

- Sí
- No

¿Cuántos lugares de esparcimiento artístico y cultural (plazoletas, café arte, museos, etc.) conoce usted en el municipio de Madrid? *

- Entre 1 y 2.
- Entre 3 y 5
- Más de 5
- Ninguno

¿Qué tanto es su interés por el arte y la cultura? *

- Poco
- Medio
- Alto

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un servicio educativo artístico? *

- Menos de \$50.000
- Entre \$50.000 y \$100.000
- Más de \$100.000

¿Enviaría a sus hijos, sobrinos o conocidos, entre las edades de 8 a 15 años, a hacer parte de una escuela dedicada al arte y la cultura?

- Sí
- No
- No sabe.

En la escuela de arte, usted busca talleres de: *

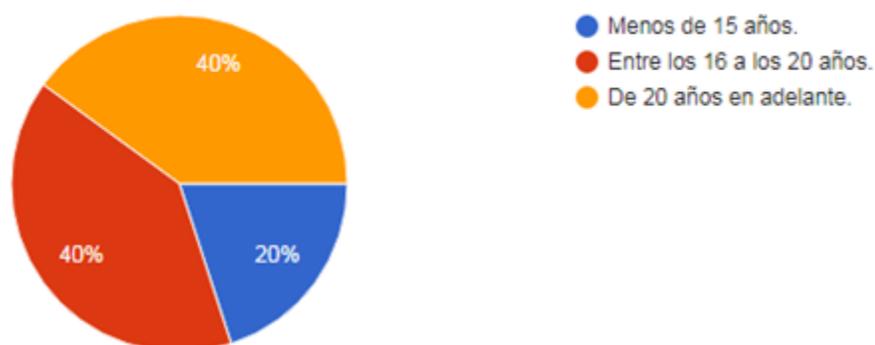
- Música
- Artes escénicas
- Arte Danzario
- Artes plásticas

En una escala de uno a diez, ¿cuál ha sido su experiencia al hacer parte de una institución que preste servicios de enseñanza artística? *

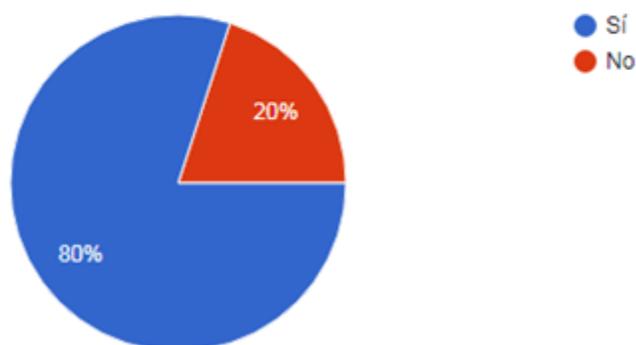
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3.5.2 TABULACIÓN

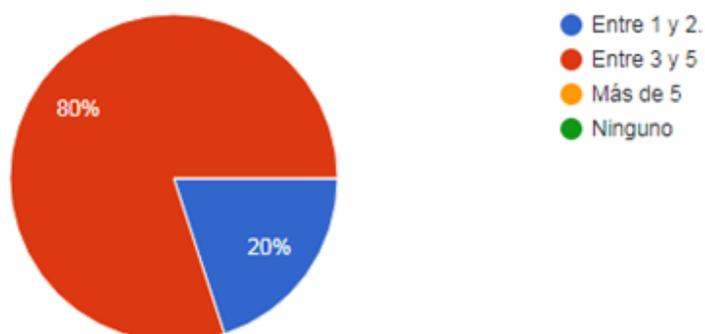
La edad en la que se encuentra actualmente oscila entre:



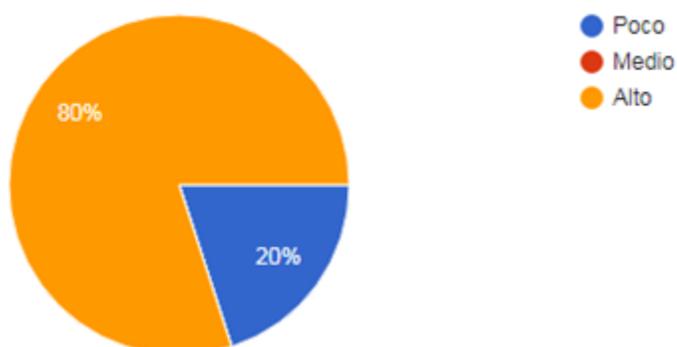
¿Hace parte de algún grupo artístico o cultural?



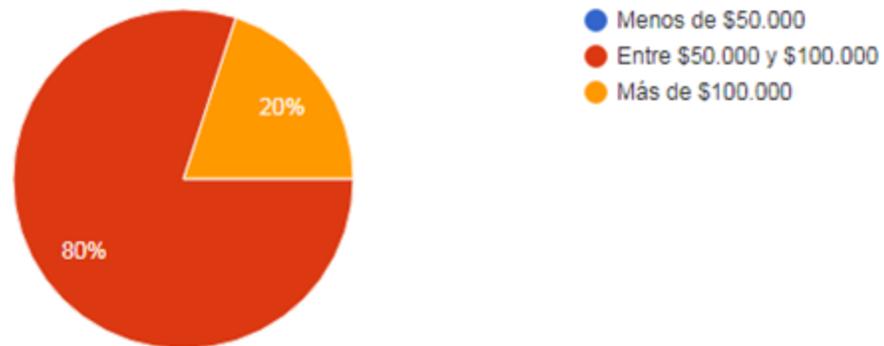
¿Cuántos lugares de esparcimiento artístico y cultural (plazoletas, café arte, museos, etc.) conoce usted en el municipio de Madrid?



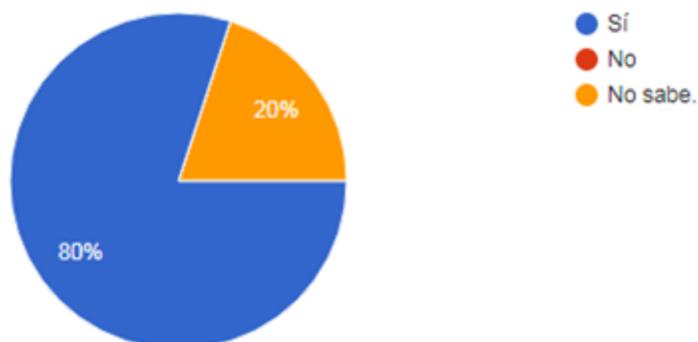
¿Qué tanto es su interés por el arte y la cultura?



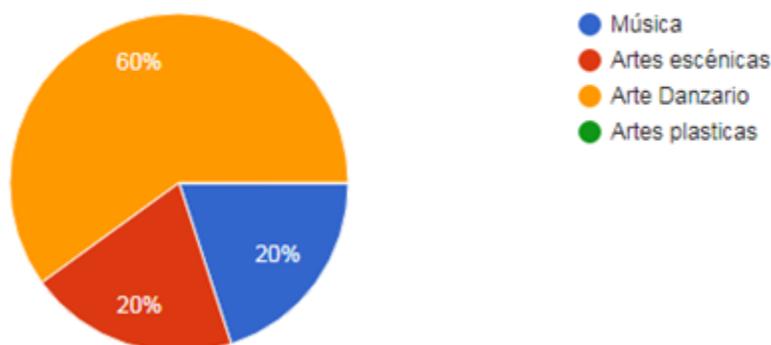
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un servicio educativo artístico?



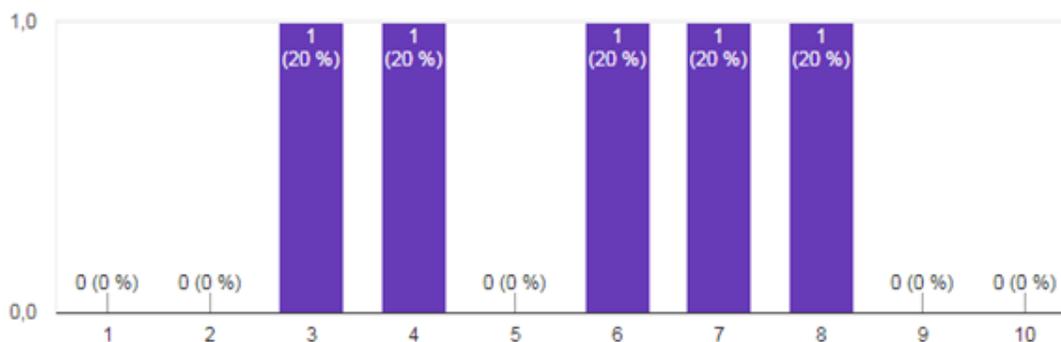
¿Enviaría a sus hijos, sobrinos o conocidos, entre las edades de 8 a 15 años, a hacer parte de una escuela dedicada al arte y la cultura?



En la escuela de arte, usted busca talleres de:



En una escala de uno a diez, ¿cuál ha sido su experiencia al hacer parte de una institución que preste servicios de enseñanza artística?



10. CIBERGRAFIA

<https://es.slideshare.net/plaestrategica/ejemplo-de-estudio-legal>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Madrid_\(Cundinamarca\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Madrid_(Cundinamarca))

<http://linasotto12.blogspot.com.co/2009/08/introduccion-este-proyecto-empresarial.html>

<https://www.mercadolibre.com.co/>

[http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresarial_micro_p
equena_mediana_o_grande](http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresarial_micro_p
equena_mediana_o_grande)

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36922>

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=337>

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=26964>

[http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/colombia/colombia_ley_397_07_08_1997_spa
_orof.pdf](http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/colombia/colombia_ley_397_07_08_1997_spa
_orof.pdf)

<http://www.colombialegalcorp.com/requisitos-para-crear-una-empresa/>

<http://www.mineducacion.gov.co/portal/micrositios-preescolar-basica-y-media/Educacion-Privada/Calidad/320286:Contratacion-de-docentes>

<http://empesaromero.blogspot.com.co/2011/01/definicion-de-empresa.html>

<http://www.dinero.com/economia/articulo/cuantas-reformas-tributarias-ha-tenido-colombia/2062>

48

<http://www.gestionlegalcolombia.com/impuestos-empresas-colombia.html>

http://www.cide.edu.co/cidevirtual/file.php/1/Normatividad_Derechos_de_Autor.pdf

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>

<https://www.montsepenarroya.com/wp-content/uploads/2010/06/Ejemplo-resumen-ejecutivo.pdf>

<http://www.grandespyemes.com.ar/2012/12/26/como-calculiar-el-punto-de-equilibrio-de-su-negocio-o-que-significa-para-la-gestion-de-su-negocio/>