

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE FORMACIÓN MUSICAL PARA DOCENTES**

**ENRIQUE CASAS MENDOZA
CÓDIGO:**

**JUAN HARVEY ZABALA
CÓDIGO: 201122911**

**DIEGO GONZÁLEZ QUIROGA
CÓDIGO: 201122950**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
CHÍA, PUENTE DEL COMÚN
JULIO DE 2013**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE FORMACIÓN MUSICAL DOCENTE**

**ENRIQUE CASAS MENDOZA
CÓDIGO:**

**JUAN HARVEY ZABALA
CÓDIGO: 201122911**

**DIEGO GONZÁLEZ QUIROGA
CÓDIGO: 201122950**

**ASESORA:
MARYBELL GUTIÉRREZ**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
CHÍA, PUENTE DEL COMÚN
JULIO DE 2013**

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION	4
2. JUSTIFICACIÓN.....	7
3. OBJETIVOS.....	9
4. IDEA DE NEGOCIO	10
4.1 HISTORIA DE LA COMPAÑÍA.....	10
MISIÓN.....	10
PRINCIPIOS CORPORATIVOS.....	11
OBJETIVOS CORPORATIVOS.....	12
UBICACIÓN DE GScholar.....	13
PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GScholar.....	13
CONSECUCIÓN Y UBICACIÓN DE CLIENTES.....	14
5. ANALISIS DE ENTORNO	15
6. ESTUDIO DE MERCADO.....	20
6.1 RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	24
7. DISEÑO DEL SERVICIO	27
MERCADO OBJETIVO.....	27
CONCEPTO DE SERVICIO.....	27
ESTRATEGIA OPERACIONAL.....	27
ESTRATEGIA DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.....	27
ELEMENTOS DE DISEÑO DEL SERVICIO.....	28
ADMINISTRANDO LA DEMANDA.....	29
INFORMACIÓN.....	30
7.1 SERVICIOS EDUCATIVOS	30
7.2 MARCO TEÓRICO PARA EL DISEÑO DE SERVICIOS	37
7.3 ORIGEN DE MARCA Y SU ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.....	40
8. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO	44
8.1 TALENTO HUMANO.....	45
10. CONCLUSIONES.....	61
11. RESUMEN EJECUTIVO.....	63
11. BIBLIOGRAFIA.....	66
12. ANEXOS.....	68

1. INTRODUCCION

Con motivo de las pruebas Saber y otras pruebas de tipo internacional que miden los niveles educativos en diferentes países del mundo, se han estandarizado los lineamientos curriculares en los diferentes campos del saber que son evaluados en dichas pruebas, para que los países que participan en estas puedan comparar sus índices educativos con otros contextos internacionales y se tomen medidas que busquen el mejoramiento de la calidad educativa a nivel local. Por su parte, en Colombia con las pruebas ICFES se estandarizan los lineamientos curriculares a nivel nacional para que las instituciones educativas se esfuercen por mejorar sus posicionamientos en ranking ICFES y así puedan ofrecer al estudiante un mejor servicio educativo proyectándole a tener mejores expectativas de vida.

En los estándares educativos a nivel nacional se ha establecido un componente artístico que abarca diferentes dimensiones del conocimiento para el favorecimiento del desarrollo del ser humano desde el conocimiento y la práctica artística. El arte no se ha consolidado fuertemente en los proyectos educativos de las instituciones educativas quizá en parte a que es un campo que no es evaluado en las pruebas estatales y eso puede demandar tiempo y costos que se pueden destinar en áreas básicas contempladas en dichas pruebas.

Estas pruebas de estado están concentradas en evaluar diferentes campos de conocimiento, dejando afuera otros. Uno de los campos que no forma parte de dichos exámenes es el artístico, por lo que las instituciones educativas a nivel nacional incorporan la educación artística en mayor o menor grado y en ocasiones hasta lo excluyen según su proyecto educativo institucional, puesto que no es un área que sea determinante o indispensable y por lo tanto su intensidad horaria varía dependiendo de los intereses de la institución educativa ya sea para darle gran importancia y

presencia en proyecto del colegio, o simplemente cumplir con los requerimientos del gobierno en la ley 115 donde reglamenta la enseñanza artística, pero dejandola en el último escalón de las áreas que componen el plan de estudios de determinada institución educativa.

Otra posible razón para que la práctica artística no se haya consolidado fuertemente en los programas de las instituciones puede deberse a que no hay mucho personal calificado y certificado en la gestión de las artes para ofrecer un lugar más importante en el currículo de las instituciones.

Pueden ser otras las razones por la que se ha generado esa problemática en la enseñanza de las artes. Pero lo que se ha detectado es que el arte se ha quedado sin representantes calificados en su gestión dentro del actual organigrama de las instituciones educativas, por lo que se hace necesario que las instituciones en ocasiones tengan que mirar hacia fuera para recibir toda la asesoría necesaria por parte de terceros para poder estructurar programas y proyectos sólidos que giren en torno a la práctica de las artes en las instituciones educativas.

Muchas veces la infraestructura, el presupuesto y la estructura de algunas instituciones educativas hacen que dentro de ellas no se viva una práctica artística activa o de mayor presencia en la institución. Por lo cual se genera que el personal docente que compone dichas instituciones pues sean personas alejadas del mundo del arte y por lo tanto personas que no dominen competencias básicas del arte para hacer una aproximación de éste en el aula de clase.

Dicho lo anterior, el presente proyecto se enfocará en el estudio de factibilidad para la creación de una institución que pueda ofrecer asesorías en el campo del arte y servicios de formación docente dirigidas a docentes de otras áreas para fortalecer las

metodologías de enseñanza en el aula, aprovechando que hoy por hoy la juventud siente gran atracción a las manifestaciones de carácter artístico.

2. JUSTIFICACIÓN

El actual proyecto se fundamenta bajo una problemática detectada y es la falta de herramientas pedagógicas con las que un maestro pueda motivar a un niño en el ciclo de Preescolar. Dicha problemática se detectó mediante un ciclo de entrevistas a diferentes profesionales en el campo de la educación preescolar en el Jardín Infantil ATAVANZA de la organización ASPAEN.

Los resultados de las entrevistas, ponen de manifiesto una reflexión docente acerca de cuanto podrían mejorar su práctica si contaran con herramientas y formación en aspectos determinados de la educación artística, teniendo en cuenta que los niños en su primera infancia son muy receptivos a este tipo de manifestaciones.

De esta manera surge la idea de conformar una empresa de asesoría en educación artística, que de la mano de expertos en diferentes campos del arte especializados en la enseñanza y expertos en el área administrativa, ofrezcan mejores opciones a las instituciones educativas para propiciar una mejor práctica en un campo que a día de hoy seduce los intereses de los estudiantes, encontrando una gran motivación en el crecimiento personal a partir de la adquisición de habilidades y competencias que satisfacen sus necesidades intrínsecas.

La empresa busca aportar soluciones que busquen motivar a los estudiantes y mejorar la práctica del arte en las aulas de clase, o al mismo tiempo propiciar un cambio en los docentes de otras áreas mediante la formación en competencias básicas del arte y en especial de la música para que puedan contar con nuevas herramientas para la aplicación de una nueva metodología de enseñanza que pueda potenciar la motivación de los niños mediante la inclusión de contenidos musicales en las actividades y metodologías ya implementadas por los docentes, propiciando un cambio que pueda

ser potenciado a partir del educador por medio de la utilización de herramientas del arte para lograr su objetivo educativo. Dicho lo anterior se propone establecer una serie de servicios que se ofrecerán a las instituciones atendiendo a la necesidad de generar nuevos espacios de enriquecimiento artístico y a su vez, espacios donde una práctica artística pueda llevar a solucionar un problema presentado en el aula de clase.

Lo anterior se ampara en el artículo 14 de la ley 115 de 1994¹ donde se la obligatoriedad de prácticas que lleven al fomento de cultura, así como en las disposiciones generales de dicha ley se establece la enseñanza de la educación artística y musical para las instituciones educativas.

La empresa busca propiciar nuevos espacios para mejores prácticas pedagógicas en el aula al pretender que quienes tomen el servicio de formación en conceptos musicales puedan acceder a dichas herramientas y generar un cambio que potencie la motivación en sus estudiantes.

Se ha contemplado que el alcance de los diferentes programas puedan mejorar la práctica pedagógica y potencie una mayor presencia de la sensibilidad artística en las instituciones educativas.

¹ <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=292> consultada en Septiembre 21 de 2012.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General:

Se ha determinado el siguiente objetivo general como eje fundamental para la realización del proyecto.

- Determinar la factibilidad de creación de una empresa dedicada a la formación musical docente.

3.2 Objetivos Específicos:

Adicionalmente se establece una serie de objetivos específicos que impulsarán el logro del objetivo general.

- Realizar un estudio de mercado para determinar la viabilidad y el potencial de la empresa en creación.
- Establecer el paquete de servicios que apoyen el propósito de ofrecer nuevas opciones de mejorar la formación artística.
- Diseñar la proyección financiera, logística y técnica de la empresa.

4. IDEA DE NEGOCIO

4.1 HISTORIA DE LA COMPAÑÍA.

GScholar es un emprendimiento de tres personas, estudiantes de la especialización en Gerencia Educativa de la Universidad de la Sabana, quienes unen esfuerzos desde cada una de sus especialidades y preferencias para ofrecer a las instituciones educativas de educación inicial, media y media vocacional diferentes propuestas de formación artística a sus docentes. Se espera que al finalizar el primer año de apertura de la empresa, se amplíe la oferta de servicios y se incorporen servicios de asesoría y consultoría a colegios y también se presten servicios de estudio de grabación, aprovechando la capacidad instalada y el talento humano que conforma esta compañía.

GScholar nace con el fin de satisfacer una necesidad del mundo escolar, ya que actualmente las universidades e instituciones de formación para el desarrollo humano y el trabajo no ofrecen el tipo de formación que GScholar pretende brindar, ya que los cursos teórico prácticos de corta duración no son ofrecidos por estas entidades. Más adelante, se presentarán las conclusiones del estudio del entorno que se realizó para determinar la factibilidad de la empresa.

Se espera que para Enero de 2014, GScholar abra sus puertas y formalmente comience su trabajo de formación docente.

Misión.

Brindar los mejores servicios de formación y asesoría en educación artística, con altos estándares de calidad y en horarios convenientes para nuestros clientes y metodologías efectivas de enseñanza y aprendizaje.

Visión.

GScholar se prepara para convertirse en una institución modelo de educación artística a nivel nacional, manteniendo los talleres y seminarios de excelente calidad y creando nuevos talleres de acuerdo a las expectativas y demandas del mercado.

Principios Corporativos.

1. Calidad.

Entendida como el desarrollo de los procedimientos y cumplimiento de los estándares fijados para la prestación de los servicios ofrecidos por nuestra Empresa y la satisfacción de nuestros clientes.

2. Orientación al cliente.

Enfocamos toda nuestra atención y talento humano con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindando soluciones a la medida, pertinentes y en horarios convenientes.

3. Transparencia.

Todos nuestros actos están enmarcados dentro de los principios éticos fundamentales, en el cumplimiento de la ley y con total respeto a nuestros grupos de interés.

4. Respeto por el medio ambiente.

Somos una organización respetuosa del medio ambiente y nuestro funcionamiento opera con el menor impacto posible para el medio ambiente.

Objetivos Corporativos.

1. Objetivos de crecimiento.

GScholar debe crecer dentro de los siguientes cinco años con el fin de alcanzar la rentabilidad y auto sostenibilidad. Para ello, debe:

- Identificar de manera prospectiva las necesidades de formación y/o asesoría de las instituciones que atiende para ofrecer soluciones a la medida de la institución.
- Identificar nuevos nichos de mercado para sus servicios actuales y
- Determinar las adaptaciones y modificaciones de sus servicios actuales que le permitan incrementar su participación en el mercado.

2. Objetivos de rentabilidad.

GScholar debe ser rentable al finalizar el segundo año de operaciones y generar una rentabilidad anual del 10%

3. Desarrollo tecnológico.

GScholar invertirá en tecnologías de información y comunicación que le permitan ser una empresa amiga del medio ambiente, disminuyendo la cantidad de impresiones, emisión de recibos, disminución de material impreso, con bajo consumo de energía y combustibles.

4. Desarrollo Humano.

GScholar invertirá un porcentaje fijo de su presupuesto anual en la formación y crecimiento de sus empleados, de acuerdo a las necesidades de la empresa, privilegiando aquellas destinadas al servicio al cliente o a la comercialización y desarrollo de sus servicios.

5. Desarrollo Comercial.

GScholar ampliará, refinará y modificará de acuerdo con los resultados su estrategia de ventas, operaciones y de mercadeo de sus servicios de tal manera que le permitan cumplir con los objetivos anteriores.

6. Orientación hacia el cliente.

GScholar evaluará sus servicios de manera permanente e invitará a sus clientes actuales y potenciales a charlas de actualización y al lanzamiento de nuevos productos y a las mejoras de los mismos.

Ubicación de GScholar.

Las instalaciones de GScholar serán durante los primeros cinco años en arriendo y estarán ubicadas en la calle 172 con carrera 22 de la ciudad de Bogotá. En esta dirección se contará con servicio de Internet, teléfono, servicios públicos, garaje y bodega. Está ubicada allí por facilidad para el transporte público y cercanía con los colegios de interés. Allí trabajará el personal de planta de GScholar y cuenta con un sitio adecuado para reuniones y para realizar presentaciones a los grupos de interés.

Prestación de los servicios de GScholar.

Los servicios de GScholar se prestarán inicialmente en la ciudad de Bogotá, D.C., con la posibilidad de expandirlos a los municipios vecinos de la Sabana (Chía, Cajicá, Zipaquirá, Cota, Tabio, Tenjo, Facatativá) debido a que es posible desplazarse en transporte intermunicipal o en automóvil en tiempos razonables a instituciones educativas de estrato socio económico tres o superior.

Consecución y ubicación de clientes.

Los clientes de GScholar son inicialmente las instituciones educativas de estrato socio económico tres o superior, las cuales serán contactadas por zonas geográficas de la ciudad de Bogotá vía telefónica por la secretaria de la empresa, quien realizará la labor inicial de tele mercadeo y mercadeo electrónico e identificará los colegios prospecto mas adecuados. (**Ver Anexo No 1.** Diagrama de prestación de servicios de GScholar)

Estos colegios prospecto serán visitados por el Director Pedagógico y/o el gerente con el fin de ampliar la información correspondiente a los talleres, sus beneficios y otros productos ofrecidos por la empresa (Asesoría) que puedan ser de interés para nuestros clientes potenciales. Una vez hecho esta presentación, el Director Pedagógico o el Gerente General harán el seguimiento del caso hasta obtener el contrato de prestación de servicios o la incorporación de los docentes del colegio a alguno de los talleres ofrecidos por GScholar.

Una vez cerrado un contrato se activará el procedimiento explicado en detalle en el Diagrama No 2. (**Ver Anexo No 2.** Diagrama para el desarrollo de talleres de GScholar)

5. ANALISIS DE ENTORNO

La constitución política de Colombia del año 1991 en sus artículos 70 y 71 establecen la educación artística dentro de los derechos de formación para las personas. Basado en dicho mandato el ministerio de cultura ha desarrollado una serie de documentos que reglamentan los contenidos de la educación artística en la institución educativa², estableciendo una serie de competencias que los estudiantes deben adquirir en el proceso de aprendizaje. Sin embargo hay una serie de competencias que se establecen dentro de dichos estándares curriculares del arte que un perfil de docente en dicha rama no cumple, ya que se buscan desarrollar múltiples competencias en ramas o campos del conocimiento como la matemática, las ciencias y la urbanidad entre otras que se pueden potenciar mejor si un docente de cada una de dichas ramas tuviera herramientas y capacidades para potenciar dichas competencias a partir de un proceso aplicado y articulado entre el arte y su campo o rama de enseñanza.

Como el objetivo del presente proyecto busca establecer la viabilidad de una empresa asesora en proyectos artísticos mediante la prestación de diferentes servicios de formación, se ha optado por hacer un estudio donde se haya detectado que alguna institución de carácter artístico en la ciudad de Bogotá, haya prestado servicios con carácter educativo al sector de la enseñanza, para lo cual se enuncian los casos que se mencionan en los siguientes párrafos.

Actualmente existen diferentes organizaciones o grupos empresariales que prestan servicios educativos en el campo artístico a instituciones educativas para fortalecer el desarrollo de las artes en la escuela y además fortalecer el enriquecimiento cultural por parte de los jóvenes estudiantes de las instituciones. Los servicios prestados van desde el alquiler de instalaciones adecuadas para hacer productos audiovisuales

² http://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-241907_archivo_pdf_orientaciones_artes.pdf fecha de consulta, septiembre 21 de 2012.

(estudios de grabación), hasta la prestación de instalaciones para establecer escuelas de formación musical en instituciones educativas.

Se tiene conocimiento sobre servicios ofrecidos al sector educativo como lo es que presta la fundación Batuta establece un convenio con el grupo Colsubsidio para ofrecer el servicio educativo en música a su estudiantado en las instalaciones de una de las instituciones educativas que administra el grupo por concesión. La fundación orquesta filarmónica de Bogotá por su parte tiene diferentes programas que acercan la música de su respectivo repertorio al público en general y se dirige a las instituciones educativas públicas y privadas en diferentes modalidades.

Uno de los programas realizados por la orquesta consiste en presentar una serie de conciertos didácticos abiertos al público y a las instituciones educativas del distrito, con el buscan acercar el repertorio de la música académica a personas de estratos socioeconómicos bajos. Para el año 2012, la OFB (Orquesta Filarmónica de Bogotá), diseñó tres temporadas de conciertos en su programación habitual. En el contexto del proyecto Maletas Pedagógicas Viajeros de la Música, la Orquesta presentó tres grandes programas: En el mes de Marzo con la Libélula Dorada, la OFB se presentó en el Polideportivo Cayetano Cañizares contando con la presencia de más de 42 colegios y una asistencia de 9.500 niños y maestros. Los colegios desarrollaron la temática planteada desde dicho concierto y las maletas pedagógicas, La Música del Agua. A través el concierto, los niños se prepararon creando instrumentos relacionados con el agua, el diseño de pasaportes y maletas de viaje. Para el mes de Octubre la Orquesta contó con la compañía internacional Magic Circle Mime, la que con su programa The Enterteiner, permitirá que los niños a través del humor y la diversión, conozcan las dinámicas de un concierto sinfónico. De igual manera, se realizarán varios conciertos para diferentes colegios invitados que participan del proyecto Maleta Pedagógica Viajeros de la Música. Finalmente la primera semana de Noviembre, la Orquesta contó con el Teatro la Baranda quien desarrolló la temática Lluvia, Río, Mar, Océano. En un fantástico montaje, los niños pudieron escuchar un repertorio seleccionado por el

director titular de la orquesta Enrique Diemecke, relacionado con el agua. De ésta manera en el marco de dicho programa se pudo disfrutar de obras como: La Gruta del Fingal de Felix Mendelssohn, El Moldava de Bedrich Smetana, La Música del Agua de George F. Handel entre otros.³

El programa de concierto didáctico con orquesta completa que desarrolla conceptos de valores y liderazgo mediante la presentación de la Orquesta. En cada presentación se explica el funcionamiento de una orquesta y cada una de las familias de instrumentos. En estos conciertos, un niño puede conocer los detalles de la conformación de la orquesta, sus integrantes, los instrumentos musicales y los elementos de la música, entre otros. Cada uno de los temas articula valores y principios de liderazgo para el aula, la escuela y la vida. Los programas se articulan a la filosofía central del constructivismo como escuela pedagógica, la cual enfatiza el papel del niño y el maestro, el comportamiento funcional en clase (atención, escucha, respeto, compromiso, participación), la concienciación en la importancia del pensamiento individual y colectivo, las estrategias de desarrollo de la inteligencia social, base fundamental del pensamiento humano y del éxito en los procesos colectivos.⁴ El ciclo de conciertos didácticos esta organizado según un cronograma establecido por la orquesta, en la que abren un espacio para que las instituciones ya sean públicas o privadas programen una visita al lugar establecido con previa reserva en las oficinas de la filarmónica.

Al mismo tiempo la orquesta ofrece otro programa en el que realiza una convocatoria abierta a las diferentes agrupaciones de cámara de la ciudad donde abre espacios para la realización de conciertos didácticos en colegios oficiales de la ciudad.

Por otra parte, Compensar ofrece un ciclo de conciertos que realiza una vez al año, el cual consiste en llevar solistas o agrupaciones de repertorio culto a instituciones

³ <http://www.filarmonicabogota.gov.co/web2011/Didacticos.htm> fecha de consulta, Septiembre 14 de 2012

⁴ <http://www.filarmonicabogota.gov.co/secciones/actividades/didacticos.htm> Fecha de consulta, Septiembre 14 de 2012.

distritales para hacer un acercamiento a los estudiantes de una música lejana de su contexto cultural. Los artistas preparan un concierto didáctico en el que desarrollan una temática que será trabajada en los colegios con los estudiantes de dichos recintos.

Existen agrupaciones musicales que hacen un registro ante cámara y comercio para formalizarse como empresa para ofrecer eventos educativos artísticos en instituciones educativas como es el caso de la agrupación Tambeké el cual hacen dicho acercamiento utilizando músicas de diferentes géneros y países del mundo con énfasis en la música colombiana y latinoamericana. Adicionalmente ofrece talleres y clases particulares o grupales de percusión corporal, sensibilización, exploración y creación musical para todas las edades que se pueden ajustar según los requerimientos inmediatos del interesado.⁵

La fundación Jaime Manzur ofrece un programa de marionetas que visita las instituciones educativas para realizar presentaciones y talleres de construcción de marionetas. La fundación ofrece talleres para colegios de lunes a viernes y para familias los sábados y domingos. En estos se les enseña a manejar las marionetas, se les hace algo didáctico mas allá del espectáculo, se les cuenta qué es el teatro, qué es una escenografía, qué es un vestuario.⁶

Por otra parte, hay un número no estimado de estudios de grabación que ofrecen servicios de captura de sonido a instituciones educativas en donde predomina el servicio de grabación de himnos institucionales, prestando en su gran mayoría las instalaciones de los estudios para hacer tal trabajo. Se dice que es un número no estimado de estudios por que existe un gran número de éstos que operan en la informalidad, haciendo que solo se tenga un registro muy pequeño de aquellos que están legalmente constituidos y cumplen con la reglamentación exigida para este tipo de negocios.

⁵ http://bogota.infoinfo.com.co/ficha/agrupacion_didactica_takembe_ensamble/482675 Fecha de consulta, Septiembre 19 de 2012.

⁶ <http://www.bogota-dc.com/eventos/ninos/manzur.html> Fecha de consulta, Septiembre 19 de 2012.

Así mismo, hay una serie de instituciones educativas en educación superior que cuenta con estudios de grabación de tecnología sofisticada que únicamente abre sus puertas con fines académicos para los estudiantes que en ella se matriculan. Dichas instituciones no ofrecen una línea de negocio abierta a la grabación en instituciones educativas ya sea a domicilio o en sus propias instalaciones. La institución Identity School of digital arts, que es un recinto educativo de formación superior por su parte, ofrece espacios para la grabación de agrupaciones musicales en sus instalaciones tal y como lo hace un estudio de grabación estándar en el mercado. Dicha institución se ha encargado de abrir espacios para que artistas en diferentes áreas tales como fotografía y música puedan adquirir información sobre gestión y mercado mediante un ciclo de charlas y diplomados en el área.

Mencionado lo anterior, no se ha detectado en Bogotá una empresa que desarrolle programas de asesoría en educación artística, o que desarrolle programas de formación en herramientas musicales a docentes o que abra un espacio de formación utilizando el estudio de grabación dirigido a instituciones educativas.

6. ESTUDIO DE MERCADO.

De acuerdo con el documento “¿Cómo hacer un estudio de mercados para la creación y el desarrollo inicial de una empresa? de la Cámara de Comercio de Bogotá, el estudio de mercados comprende cuatro etapas, sobre las cuales un nuevo empresario debe investigar el mercado para proceder a realizar las actividades relativas a:

1. Estudiar el entorno.
2. Transformar la idea en un concepto de negocio.
3. Definir el segmento o segmentos de mercado sobre los cuales enfocarse.
4. Definir la estrategia y táctica de mercadeo.

La realización de cada uno de estos pasos permite determinar si la idea para crear la empresa que motiva este trabajo puede ser viable en el mercado educativo colombiano.

Al revisar el entorno actual de la formación artística descrito en el capítulo cinco de este proyecto, se encuentra que actualmente no hay una empresa que provea los talleres de formación con los que GScholar planea ingresar al mercado, por tanto es posible determinar si es posible convertir la idea de negocio en un concepto de negocio.

Para hacer este estudio, se estableció comunicación electrónica con la oficina asesora de planeación de la Secretaría de Educación de la ciudad de Bogotá con el fin de solicitar la información respectiva de todos los colegios privados de la ciudad de Bogotá registrados ante la Secretaria de Educación Distrital. La persona a cargo de esta oficina facilitó el proceso y se obtuvo un archivo en excel con la base de datos y la información básica requerida que era: Nombre de la institución, localidad, barrio, estrato, niveles de educación ofrecida y datos de contacto de la institución.

Con esta información, se procedió a hacer las siguientes consideraciones para definir el segmento en el cuál enfocar el estudio de mercados y poder realizar con mayor profundidad una encuesta de necesidades de este tipo de talleres de formación en los colegios privados bogotanos. Las categorías de análisis fueron:

- Colegios privados de estratos 1 y 2: Se descartaron inicialmente debido a que se contempló la variable costo del taller y el nivel de ingresos de los docentes de dichos colegios, los cuales indicaban que era poco probable que dichos docentes pagaran el valor sugerido para los talleres. Además se supuso que este tipo de colegios no estarían interesados en brindar este tipo de formación debido a la rotación de sus docentes y/o al presupuesto destinado a la formación de sus docentes en el caso de que exista.
- Colegios privados de estratos 3 y 4: Se tomaron como población de referencia debido a que los docentes de éstos colegios tienen un nivel de ingresos superior a la categoría anterior y las instituciones tienen un nivel de ingresos mayor. Se supuso que tendrían un mejor presupuesto destinado a la formación de sus docentes.
- Colegios privados de estratos 5 y 6: Esta población de colegios se descartó inicialmente debido a que los colegios que atienden esta población, tienen la posibilidad de contratar docentes con mayor nivel de formación pedagógica y académica que los de las categorías anteriores. Además, estos colegios tienen departamentos de educación artística consolidados y frecuentemente realizan actividades inter institucionales relacionadas con la producción artística de sus estudiantes y sus docentes. Se supuso además que sus docentes no requerirían de los servicios ofrecidos por GScholar, o que de requerirlos, buscarían este tipo de formación en Universidades a través de especializaciones o maestrías.

Con respecto a la ubicación geográfica de la población a estudiar, se determinaron las zonas de Usaquén y Suba por ser las más próximas al sitio base establecido para el funcionamiento de GScholar.

Por tanto, se seleccionó la categoría de colegios privados de estratos 3 y 4 como la población objetivo inicial para el sondeo de necesidades y para responder a la encuesta que se muestra a continuación.

ENCUESTA DE ANALISIS DE NECESIDADES DE FORMACION.

1. ¿Su institución educativa cuenta con una división de preescolar?
2. ¿Cuántos profesores enseñan en el área de preescolar?
3. ¿Qué tan importante es la formación musical en el plan de estudios de preescolar de su institución educativa?

Muy importante – Importante – No tan importante.

4. ¿Qué tan importante es la formación musical de los docentes de la enseñanza en grados de preescolar?

Muy importante – Importante – No tan importante.

5. Los docentes de preescolar de su institución cuentan con formación en:

Uso de la voz.	Si	No	Ns/Nr	¿Cuántos la tienen?
-----------------------	----	----	-------	---------------------

Conceptos musicales.	Si	No	Ns/Nr	¿Cuántos la tienen?
-----------------------------	----	----	-------	---------------------

Expresión corporal	Si	No	Ns/Nr	¿Cuántos la tienen?
---------------------------	----	----	-------	---------------------

Entrenamiento auditivo	Si	No	Ns/Nr	¿Cuántos la tienen?
-------------------------------	----	----	-------	---------------------

Repertorio musical	Si	No	Ns/Nr	¿Cuántos la tienen?
---------------------------	----	----	-------	---------------------

No cuentan con formación musical alguna.

	Si	No	Ns/Nr	¿Cuántos la tienen?
--	----	----	-------	---------------------

6. Si existiera un taller con formación en las competencias que se mencionan a continuación, ¿estaría interesado en enviar a sus docentes a uno o a alguno de ellos a tomar dicho taller?

- **Uso de la voz.** Si No Ns/Nr
 - **Conceptos musicales.** Si No Ns/Nr
 - **Expresión corporal** Si No Ns/Nr
 - **Entrenamiento auditivo** Si No Ns/Nr
 - **Repertorio musical** Si No Ns/Nr
7. La capacitación en formación musical de los docentes de pre escolar de su institución educativa contribuye a mejorar en los estudiantes la:
- **Comprensión** Si No Ns/Nr
 - **Discriminación auditiva** Si No Ns/Nr
 - **Vocalización** Si No Ns/Nr
 - **Memoria auditiva** Si No Ns/Nr
 - **Entonación** Si No Ns/Nr
8. Estaría su institución educativa interesada en realizar cursos periódicos de capacitación en formación musical a los docentes de preescolar.
9. ¿Considera usted que el taller de formación musical debe ser dictado a todo el grupo de profesores de preescolar de su institución o, alternativamente a determinados profesores que requieran profundizar sus estudios en las competencias musicales enunciadas?
10. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por persona, por un taller en formación musical para docentes de preescolar, con una intensidad horaria de 16 horas?
- Entre 200.000 y 300.000 pesos.
 - El valor me es indiferente si hay calidad.
11. ¿Qué otro servicio de formación en el área musical y artística estaría interesado en tomar para el mejoramiento del perfil de sus docentes de preescolar, que impulsen una mejora práctica en el aula?
12. La rotación de personal la considera: Alta – Media – Baja.

Con la información suministrada en la base de datos compartida por la Secretaría de educación y con la encuesta de análisis de necesidades de formación, se contrataron los servicios de la empresa SGC Consulting SAS para efectuar dicho estudio debido a

las ocupaciones laborales de los creadores de este estudio y las limitaciones relacionadas con el tiempo para su realización.

Este estudio, a través de un muestreo aleatorio simple contactó a 42 de las 132 instituciones educativas que cumplían con los criterios establecidos por Gscholar para dirigir la oferta de sus servicios. (Instituciones educativas con nivel de preescolar y primaria, de estratos tres y cuatro ubicadas en las localidades de Suba y Usaquén).

Esto dio como resultado una muestra de 30 instituciones educativas en la zona de Suba y 12 instituciones en la localidad de Usaquén (Relación 2,5:1). De estas 42 instituciones, 31 corresponden al estrato socioeconómico 3 y 11 corresponden al estrato socioeconómico 4 y en promedio, las instituciones encuestadas tienen cuatro profesores de preescolar en su institución.

Al ser contactadas las 42 instituciones educativas, diez de ellas informaron que no contaban con una división de preescolar, lo cual redujo a treinta y dos el número de instituciones que responderían la encuesta completa.

La información detallada de este estudio de mercados puede verse en el **Anexo No 3** de este documento.

6.1 Resultados del estudio de mercado.

Con la información suministrada por las treinta y dos instituciones educativas que respondieron completamente la encuesta de análisis de necesidades de formación se obtuvieron los siguientes resultados:

- a. 28 instituciones reportan que la formación musical en el plan de estudios de preescolar de su institución educativa es importante o muy importante. (88%)
- b. 30 instituciones consideran importante o muy importante la formación musical de los docentes de la enseñanza en grados de preescolar. (94%)

- c. La expresión corporal es la competencia con mayor nivel de formación en la población docente de las instituciones encuestadas (81,25% respondieron que sus docentes tienen esta formación)
- d. El entrenamiento auditivo (56,25%), el uso de la voz (50%), conceptos musicales (46,87%) y repertorio musical (40,62%) son los aspectos de formación menos presentes en la población docente de las instituciones encuestadas. Los números entre paréntesis indican el porcentaje de instituciones que reportaron que sus docentes no tenían esta formación. Esto indica que podrían convertirse en los talleres de mayor demanda o de entrada al mercado.
- e. El 90% de las instituciones encuestadas consideran que la formación musical genera valor agregado en el desarrollo de competencias en sus estudiantes.
- f. El 72% de las instituciones encuestadas estaría interesada en tomar los cursos ofrecidos por GScholar. Siendo la localidad de Suba la zona en donde más instituciones están interesadas en este tipo de servicio. (22 instituciones de 32)
- g. El 52% de las instituciones interesadas en tomar los cursos, manifiesta que enviaría a todos sus docentes de preescolar a los talleres ofrecidos por GScholar y el 48% manifiesta que enviaría a un docente o a un pequeño grupo de docentes.
- h. 19 de las 23 instituciones que manifiestan estar interesadas en tomar los cursos ofrecidos por GScholar indican que estarían dispuestas pagar entre doscientos mil y trescientos mil pesos por un taller ofrecido por GScholar y cuatro de ellas no pusieron límite siempre y cuando el curso ofrecido sea de muy alta calidad.
- i. De las 23 instituciones, 7 tienen una alta rotación de docentes, 6 una rotación media y 10 de ellas tiene una baja rotación de sus docentes, lo que indica que es posible que en las que tienen una alta rotación, (30,43%) no se inclinen por patrocinar en sus docentes este tipo de formación, aunque los docentes podrían tomarlos por su propia cuenta.

Podría suponerse que en las instituciones encuestadas y que manifiestan estar interesadas en tomar los talleres ofrecidos por GScholar tomarían al menos dos de los cinco talleres ofrecidos por GScholar. La mitad de ellas (12) enviaría a todos los docentes de preescolar con un promedio de cuatro docentes por institución y 11 de ellas enviarían a un docente. Con esto se tiene una población potencial de cincuenta y nueve docentes por taller. $(12 \text{ instituciones} \times 4 \text{ docentes}) + (11 \text{ instituciones} \times 1 \text{ docente})$. Esto indica una demanda potencial de aproximadamente tres talleres por especialidad (59 profesores/18 profesores por taller). Esto da un total de seis talleres durante el primer año de funcionamiento de GScholar atendiendo las instituciones educativas. Se completarían cuatro cursos más con nuevos colegios no incluidos en el estudio inicial para un total de 10 talleres.

7. DISEÑO DEL SERVICIO

El diseño de los servicios ofrecidos por GScholar será de la siguiente manera:

Mercado Objetivo.

Los servicios de la compañía estarán diseñados para atender las necesidades de formación de profesores de educación preescolar y básica primaria de colegios de Bogotá (inicialmente) con estrato socioeconómico tres y cuatro

Concepto de Servicio.

Cursos de alta calidad académica y práctica en horarios convenientes para los docentes y las instituciones educativas. Los cursos deben tener un alto grado de aplicabilidad inmediata y de alto impacto en la institución educativa.

Estrategia Operacional.

La prestación de los servicios (Talleres) debe hacerse en horarios convenientes, es decir, después de las 4:30 p.m. Con el fin de garantizar el desplazamiento de los docentes. Si el curso se ofrece en una zona particular de la ciudad, el sitio que se reservará debe estar cerca o dentro de la zona de los colegios inscritos. Si el colegio lo prefiere, también se puede realizar en las instalaciones de la institución.

Estrategia de prestación del servicio.

Las personas encargadas de la ejecución del taller deben garantizar la aplicabilidad inmediata y de impacto del material del curso al interior de la institución educativa. El material del curso se entregará vía online para su descarga. Debe garantizarse una

atmósfera de calidez, libre de temores y libre para experimentar y compartir experiencias.

Elementos de diseño del Servicio

Estructurales

El desarrollo de los talleres se realizará en instalaciones alquiladas por el espacio de duración del curso. Estos sitios deben contar con algunas características especiales, las cuales se describen a continuación.

Prestación del servicio

El proceso de inscripción se hará de manera online y/o telefónica con el fin de evitar desplazamientos innecesarios por parte de los docentes. Una vez dentro del taller, se les animará a contar y compartir su experiencia del curso en el blog o en el sitio de redes sociales de la empresa.

Diseño del sitio de prestación del servicio.

Preferiblemente en clubes o centros de convenciones con instalaciones de lujo intermedio y excelente servicio en la recepción y ubicación de los asistentes. En salones libres de ruido externo y con capacidad para instalar equipos de sonido y/o reproducción del mismo.

Ubicación.

Las locaciones se ubicarán en cercanía a las zonas de donde provenga la mayoría de los profesores asistentes.

Planeación de la capacidad de respuesta.

En caso de hacer dos talleres en simultáneo, se seguirán los parámetros de selección de ubicación o en lo posible hacerlos dentro del mismo club o salón de eventos para centralizar y optimizar recursos.

Administrativos

El contacto del cliente con la empresa se da de diferentes formas: Atención telefónica, respuesta online (email, pagina web, plataforma) y en el desarrollo del curso. Para esto, todo el personal de la empresa estará enfocado en una cultura de servicio, de atención personalizada, amable, profesional y en capacidad de resolver inquietudes acerca de los servicios y/o programación de los mismos.

Calidad.

Se trabajará en que la calidad de los cursos esté acorde con los parámetros establecidos por la compañía y se brinden con calidez humana y espíritu de servicio. Además se ha establecido un sistema de evaluación de la satisfacción del cliente que permite hacer los ajustes necesarios entre sesión y sesión del taller.

Administrando la demanda.

En caso de tener una demanda superior a lo 18 participantes, se crearán listas de

espera y se abrirá un nuevo curso. En caso de alcanzar 14 participantes se puede hacer el curso para no hacer esperar a los inscritos.

Información

Se fomentará la expresión del cliente en las redes sociales de la empresa y se les enviará información relevante post curso e información sobre nuevos cursos o actualizaciones de los tomados con el fin de estimular el uso de los servicios de la empresa nuevamente.

7.1 SERVICIOS EDUCATIVOS

A continuación se relacionan una serie de talleres dirigidos a docentes de preescolar sobre diferentes temáticas relacionadas con la práctica musical. Con el fin de ofrecer la posibilidad a dichos docentes de adquirir competencias que puedan favorecer una mejor práctica en el aula al integrar conscientemente y con intencionalidad la música en las actividades con el fin de potenciar el desarrollo de los niños por medio de una práctica artística.

Taller de Voz

Objetivo: Proporcionar en los docentes de preescolar las herramientas básicas para el uso adecuado de la voz en el aula, mediante el conocimiento del correcto mecanismo de uso como los órganos que lo componen y su respectivo funcionamiento.

El taller a su vez tiene como objetivo fortalecer en los docentes la capacidad de educar la voz de sus niños en el aula, cuidando el aparato fonador propiciando un mejor desarrollo de éste en los estudiantes. El docente estará en capacidad de aplicar los

contenidos del taller de manera intencional para dirigir de mejor manera el uso de la voz tanto en si mismo como en su grupo de trabajo.

Los contenidos del taller de voz se desglosan en diferentes temas que buscan facilitar el trabajo en cada uno de éstos trabajando diferentes contenidos que se desprenden de cada uno de éstos.

1. Aparato fonador

- Composición
- Funcionamiento de sus partes

2. Respiración

- Flujo de aire
- Tipos de respiración
- Calentamiento respiratorio
- Ejercicios de aplicación

3. Voz Hablada

- Control de volumen
- Acústica
- Modulación y expresión
- Tips para el cuidado de la voz

4. Voz cantada

- Voz de pecho
- Voz de cabeza

- Afinación y entonación
- Proyección de la voz

Duración aproximada del taller: 16 horas

El taller será dirigido por expertos en canto y pedagogía vocal con el pleno conocimiento y experiencia en el trabajo de todas las temáticas descritas anteriormente.

Taller de conceptos musicales

Objetivo: Conceptualizar a los docentes de preescolar en contenidos básicos de la gramática musical como eje fundamental para el conocimiento de la música y facilitar su trabajo en el aula.

El docente estará en capacidad de comprender los elementos que componen la música para poder involucrar nuevas actividades de manera intencionada que vayan dirigidas a fortalecer todas las dimensiones del desarrollo de los niños.

Los conceptos gramaticales se desprenden en varios temas con diferentes contenidos a ser abordados durante el transcurso del taller el cual están clasificados de la siguiente manera:

1. Ritmo

- Pulso
- Tempo
- Figuras musicales
- Interpretación de ritmos
- Disociación rítmica

2. Melodía

- Estructura melódica
- Tonalidad
- Introducción a la lectura musical
- Creación melódica

3. Armonía

- Círculos armónicos
- Tonalidad
- Estudio de escalas
- Acompañamiento instrumental (opcional).

Duración aproximada del taller: 16 horas.

Los talleres serán realizados por pedagogos musicales expertos en enseñanza en preescolar el cual garantiza que las temáticas a trabajar cumplan con las necesidades musicales de la respectiva edad.

Taller de expresión corporal:

Objetivo: Fortalecer los conceptos de los docentes de preescolar en cuanto a desarrollo motor y expresión corporal se refiere, a partir de metodologías de aprendizaje musical.

El docente tendrá la capacidad de trabajar con recursos musicales el desarrollo corporal de los niños, aplicando metodologías propias de la enseñanza musical que a

su vez busca fortalecer la apreciación de la música por parte de los niños fomentando su sensibilidad.

Los contenidos del taller se describen a continuación separadas en diferentes temáticas.

1. Musicoterapia

- Fundamentación teórica
- Relación cuerpo-oído
- Técnicas de aplicación en la práctica

2. Gimnasia musical

- Fundamentación teórica
- Técnicas aplicadas a la práctica
- Ritmo aplicado al cuerpo

3. Acondicionamiento corporal

- Estiramientos
- Percusión corporal
- Fundamentos coreográficos

Duración aproximada del taller: 16 horas.

El taller está dirigido por tres docentes con amplios conocimientos en musicoterapia y danza. A su vez para el tema de gimnasia musical el docente está certificado en método Dalcroze.

Taller de entrenamiento auditivo.

Objetivo: Propiciar el desarrollo auditivo musical en los docentes para la sensibilización frente a la música para discriminar de manera consciente los diferentes recursos sonoros.

El docente podrá reconocer auditivamente diferentes elementos sonoros que le permitirán potenciar la sensibilización musical de los niños mediante la planeación de nuevas actividades en su quehacer diario.

El taller de entrenamiento auditivo esta separado en diferentes temáticas que contemplan los diferentes conceptos que un docente de preescolar puede manejar.

1. Reconocimiento de timbres.

- Clasificación de frecuencias
- Clasificación de colores

2. Reconocimiento de ritmos.

- Desarrollo de la memoria rítmica
- Fragmentación de patrones rítmicos
- Repetición rítmica de textos

3. Reconocimiento de melodías

- Repetición melódica
- Dictado melódico
- Repetición melódica de textos

Duración aproximada del taller, 16 horas.

El taller será dirigido por docentes especializados en gramática musical y poseen las capacidades y la experiencia necesaria para orientar un taller con los contenidos específicos para un docente de otra rama.

Taller de Selección de repertorio.

Objetivo: Brindar herramientas para el reconocimiento de la música y todos sus elementos propios para poder trabajarla en el aula de forma consciente e intencionada en el proceso con los niños.

El docente desarrollará capacidades para reconocer diferentes elementos musicales clasificados en género, estilo, etc. Al mismo tiempo trabajar con un criterio más amplio la música dentro del aula donde tendrá al mismo tiempo la capacidad de clasificar los recursos musicales que sean de mejor utilidad según las características y necesidades de los niños de su respectivo grupo.

El taller trabaja diferentes temáticas que son relacionadas a continuación.

1. Apreciación musical

- Reconocimiento y clasificación de géneros musicales
- Formas musicales
- Reconocimiento auditivo de instrumentos musicales

2. Criterios pedagógicos

- Elementos musicales en el aula
- Selección de géneros

Duración aproximada del taller: 16 horas.

El taller será dirigido por expertos en enseñanza en preescolar con el criterio de selección de repertorio que mejor se puede trabajar en el aula.

7.2 MARCO TEÓRICO PARA EL DISEÑO DE SERVICIOS

Iniciación musical: Basándose en las propuestas de Hemsy de Gainza (1964) y Willems (1981), se hace necesario comprender los conceptos adoptados para la iniciación musical de los niños, involucrando aspectos importantes como la imitación ya que para ambos autores cumple un papel fundamental puesto que los maestros son el referente y el ejemplo a seguir en el aula. Los niños vienen a ser imitadores innatos por excelencia y eso conlleva a la debida preparación del maestro en el aula puesto que una mala postura o el mal manejo de la voz hablada y cantada dan pie a una imitación indebida por parte de los niños. Para poder involucrar la música de manera conciente en la clase es necesario tener conocimiento y dominio de aspectos como el Ritmo, el pulso, la melodía y la armonía entre otros, puesto que son elementos que se conjugan permanentemente en cualquier tipo de práctica musical. Es por eso que Hemsy de Gainza propone una serie de condiciones que debe reunir el maestro dentro del proceso de iniciación: condiciones generales, que hacen referencia a todo la composición general y el bagaje cultural del maestro, y condiciones especiales que hacen referencia a la preparación psicológica, pedagógica y musical para realizar la práctica docente exitosa.

Es muy importante mencionar los aportes dados por la metodología Suzuki en cuanto a la importancia de adquirir y dominar un lenguaje musical con la misma importancia y de la misma forma en que se adquiere el lenguaje materno.

Oído musical: Es necesaria la audición musical consciente por parte del maestro puesto que de ahí se desprende el criterio para realizar una clase integrando la música dentro de la práctica de otras actividades en la formación de los niños. Es por eso que el profesor debe tener la preparación auditiva necesaria para reunir todos los elementos constructivos que pueden traer los diferentes ejemplos musicales a trabajar. Para lograr el objetivo anterior, se hace necesario nuevamente tener claros los conceptos musicales mencionados en el párrafo anterior, puesto que la audición es una práctica vivencial de la música y en ella se deben tener presentes estos conceptos con fines concientes y constructivos para el proceso pedagógico que el maestro lleva con su grupo. Se han desarrollado diferentes metodologías basadas en la audición musical aplicada a la estimulación en los niños, en donde la más reconocida por su basta difusión es el efecto Mozart. Sin embargo, hay autores que proponen investigación musical basada en la audición con el fin de reunir los elementos enriquecedores inmersos en la música para llevarlos al aula y ponerlos a disposición del niño; Willems (1981) y Copland (1939), proponen una metodología para la audición musical integral que aplicada por los maestros puede sacar beneficios para la práctica docente, puesto que se realiza un proceso de sensibilización en ellos que busca llevar al aula los aspectos positivos que según el criterio desarrollado por el maestro a partir de las metodologías mencionadas, serán llevadas e integradas en la clase.

Música y movimiento.

A lo largo de la historia de la música se ha visto como se han integrado a ella otras manifestaciones artísticas creando nuevos géneros que son de gran importancia y cumplen una función enriquecedora en los procesos con los niños. El ejemplo mas claro de dos ramas del arte que se entrelazan para formar un género en especial que ha desarrollado toda una técnica y diferentes estilos de interpretación y a su vez, toda una serie de investigaciones al respecto para estudiar a fondo toda su estructura, es la Ópera. En éste género el teatro ligado al movimiento y la expresión corporal se vuelve

uno solo con la música, en donde el instrumento transmisor del discurso musical es el cuerpo en su totalidad. Otros ejemplos donde el movimiento y la música están bastante ligados son la danza y la gimnasia. Para el desarrollo del presente proyecto se van a tener en cuenta aspectos musicales aplicados al movimientos propuestos por Jaques Dalcroze en su metodología de gimnasia rítmica.

Se hace importante vincular los aspectos mencionados puesto que en la propuesta pedagógica PRIME implementada en ASPAEN Maternal y Preescolar Atavanza, se establecen aulas especializadas para el trabajo físico con fines motrices y teatrales. Apartir del trabajo musical se destacan diferentes elementos que pueden ser abordados en dichos espacios enfocados al trabajo y apropiación de habilidades motrices y teatrales trabajando de la mano con la música.

Desarrollo de la voz.

Anteriormente se ha mencionado que los niños son imitadores por excelencia basándose en planteamientos de autores en pedagogía musical. Es por ello que es muy importante que el profesor tenga una formación y un dominio óptimo de la voz, puesto que es su herramienta de trabajo y a la vez su instrumento musical en el aula.

En pedagogía musical se han desarrollado diferentes metodologías para el desarrollo de la voz cantada en donde la más reconocida es la metodología Kodaly, desarrollada por el compositor y pedagogo Húngaro Zoltan Kodaly. Su principio básico es que el niño puede aprender música y a manejar su voz a partir del canto. Diferentes autores han hecho trabajos basados en ésta metodología y la han contextualizado en otros países con condiciones culturales diferentes, dando resultados positivos en la formación de los niños. En Colombia se ha realizado un trabajo exhaustivo de ésta metodología en la Universidad Javeriana en los programas infantiles de música y en la cátedra coral de la carrera profesional de la misma institución, dando como resultado la publicación de varios trabajos realizados por su principal mentor Alejandro Zuleta.

A partir de la metodología Kodaly se busca llevar los elementos más importantes a las maestras del Preescolar Atavanza para que sean replicados en el aula en sus diferentes actividades a realizar en las aulas de la institución. Al mismo tiempo y basándose en la metodología, brindar herramientas a las profesoras sobre el cuidado de la voz y su uso adecuado con el fin de prevenir enfermedades profesionales generados por un uso inadecuado.

Música y pensamiento.

Por el hecho de que algunas artes como la música, las artes visuales y sobre todo la danza sean esencialmente no verbales y se disfruten con aparente facilidad, no debemos suponer que tengan un nivel bajo de contenido cognitivo, que solo puedan funcionar en el plano sensomotor y no puedan estimular lo que Piaget llama “inteligencia conceptual”. Es por ello que se han realizado numerosas investigaciones sobre la actividad cerebral en la práctica artística y como ésta enriquece a las personas que la practican. Al mismo tiempo se ha resaltado la importancia de la música en los espacios de formación temprana, estimulando la actividad cerebral y por ende los procesos de análisis y pensamiento en los niños.

7.3 ORIGEN DE MARCA Y SU ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Para la realización del proyecto se ha trabajado en la creación de un nombre que llevara la marca que ofrece el producto de formación docente en didácticas musicales a nivel de preescolar. Dicho nombre debe ir en línea con el nicho escogido y a su vez con el propósito educativo que se dispone a ejecutar dicha marca.

Dicho lo anterior, el nombre escogido para llevar el nombre de la empresa y su posterior posicionamiento dentro de la categoría de enseñanza artística docente, es G Scholar. Dicho nombre surge bajo la influencia de la marca G Studio que se encuentra en proceso de legalización. G Studio hace referencia a un centro para la gestión del

talento artístico, en donde se encuentran una serie de submarcas concebidas de manera independiente una de las otras con el fin de no distorsionar el nombre original ni su propósito en el mercado obteniendo como consecuencia lo que describen Al Rise y Laura Rise⁷ como un nombre genérico.

G Studio esta compuesto por diferentes submarcas en donde cada una se encuentra concebida en su estructura organizacional de manera independiente y abarcando diferentes categorías para evitar la generalización del nombre como tal. Dichas submarcas y categorías están descritas de la siguiente manera:

- G Studio: Centro para la gestión del talento artístico. (Estudio de grabación y realización de productos audiovisuales).
- G Scholar: Programas de formación en didácticas musicales a nivel de preescolar.
- G Sound: Sonido para eventos sociales.
- G Strat: Estrategias de mercadeo y posicionamiento para artistas musicales.

La letra G del nombre hace referencia a la palabra en inglés que dice “Groove” que es entendido como una sensación producida por el ritmo. En otras palabras un Groove puede ser producido por cualquier persona que desee lograr transmitir una emoción o sentimiento a otras personas a partir del lenguaje musical, aludiendo al principio básico de la metodología de enseñanza musical Orff propuesta por el compositor alemán Carl Orff en la que señala que nadie es completamente amusical⁸. Es decir, todas las personas se encuentran en capacidad de producir música por lo tanto es posible interiorizar lo que en inglés se entiende como un “Groove”. La marca se ha apropiado de ésta palabra tomando el principio anteriormente señalado ya que se es

⁷ **RISE**, Al, Laura. Las 22 leyes inmutables de la marca (Traducción McGraw Hill/ interamericana de España) McGraw Hill , 1998, pg 123.

⁸ <http://www.mundopercusion.com/didactica-percusion/articulos-didactica-percusion/272-bases-pedagas-del-sistema-orff.html>. Fecha de consulta, Abril 8 de 2013

consciente de que todas las personas están en capacidad de hacer música ya sea el nivel que cada quien ponga en su interpretación.

De esta manera G Scholar se adopta la palabra teniendo en cuenta que la enseñanza a nivel preescolar se encuentra bastante cercana a la música puesto que los niños sienten mucha afinidad a ella, y los docentes deben tener algún tipo de conocimiento en música para poder integrarla al aula de clase de manera consciente. Adicionalmente se señala en el nombre que se trata de un producto de enseñanza musical, haciendo clara referencia a la categoría de mercado que se ha escogido.

Las submarcas señaladas anteriormente manejan una pronunciación en inglés puesto que al escoger la primera letra de la palabra “groove”, se está haciendo referencia a una palabra de un lenguaje foráneo, por lo tanto y para no caer en el error de combinar idiomas, se ha optado por un nombre en idioma inglés en su totalidad.

Al mismo tiempo y para evitar malos entendidos entre cada submarca, se ha optado por asignar una imagen diferente a cada una que se acerque a la respectiva categoría en la que se desenvuelven. Por lo tanto a continuación se relaciona el logo de G Studio y G Scholar para hacer evidente las diferencias señaladas, atendiendo a los principios señalados por Al y Laura Rise⁹

Logo G Studio:



- Categoría: Centro para la realización de medios audiovisuales
- Color: Negro con letras blancas.

⁹ RISE, Al, Laura. Las 22 leyes inmutables de la marca (Traducción McGraw Hill/ interamericana de España) McGraw Hill , 1998, pg 123.

- Fuente: Hace referencia al mundo digital, que se encuentra directamente relacionado con la producción de productos audiovisuales al estar integrado con la tecnología.

Logo G Scholar:

G Scholar

- Categoría: Programas de formación en didácticas musicales a nivel de preescolar.
- Fondo Blanco, letras negras.
- Fuente: Hace referencia a la elegancia que transmite la música visto desde un punto de vista académico. En contacto con la sobriedad del término educativo. Transmite seriedad y compromiso.

La estrategia de posicionamiento esta relacionada directamente con el trato al cliente perteneciente a la categoría señalada por G Scholar. Dicha estrategia tiene que ver con la creación de programas educativos musicales dirigidos a otras áreas del conocimiento y la práctica. El posicionamiento de la marca se dará de la mano en la que los clientes se den cuenta de la asertividad de los contenidos de los diferentes cursos dentro de su práctica diaria en el aula de clase.

Otras estrategias de posicionamiento tienen que ver con el manejo del social media o manejo de marca a través de redes sociales tales como Facebook y Twitter, a partir de la publicación de pequeños tips dirigidos a los educadores sobre temas relacionados con la inclusión de la música dentro del aula de clase y sus beneficios en los procesos de los estudiantes.

8. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

GScholar funcionará como una Sociedad de por Acciones Simplificada, figura jurídica que garantiza la legalidad de la empresa, la posibilidad de suscribir contratos con colegios y/o empresas. La sociedad estará conformada por tres accionistas principales quienes a su vez son fundadores y trabajadores de la empresa.

Una vez hecha la consulta sobre el nombre de la empresa en la base de datos de homonimia nacional, se encuentra que el nombre GScholar S.A.S. No se encuentra registrado actualmente, según consta en la imagen a continuación.

Imagen No 1. Consulta del nombre ante la cámara de comercio de Bogotá.

The image shows a screenshot of a web browser displaying the website of the Cámara de Comercio de Bogotá. The browser's address bar shows the URL `aplica.ccb.org.co/ccbconsultas/consultas/RUE/consulta_empresa.aspx`. The search bar contains the text "homonimia nacional".

The website's navigation menu includes: Registros públicos, Solución de controversias, Servicios empresariales, Competitividad y valor compartido, and Gobernanza y conocimiento empresarial. Below this, there are links for "Consulte información para" followed by "Empresarios", "Círculo de Afiliados CCB", "Inversionistas", "Ciudadanos", "Proveedores - Contratistas", and "Sala de prensa virtual".

The main content area is titled "Servicios en Línea" and includes a "Soporte y ayuda en Línea:" section with a "Línea de Respuesta Inmediata 3830330" and links for "Chat", "Llamada virtual", and "Ayuda".

The search section is titled "Registro Mercantil - Homonimia nacional" and offers three search methods:

- Por identificación: Includes a "Clase:" dropdown menu (set to "Cédula de Ciudadanía") and a "No." input field.
- Por nombre o razón social*: Includes a text input field containing "GScholar" and the instruction "Escriba los primeros caracteres del nombre".
- Búsqueda por palabra clave: Includes a "Por palabra clave" option and an empty text input field.

Below the search options, there is a "Registro mercantil" section with the instruction "Digite el número de matrícula" and an empty text input field.

A "Buscar" button is located at the bottom of the search area.

At the bottom of the page, there is a table with the following columns: Cámara de Comercio, Matrícula, Razón Social, Organización Jurídica, Último año renovado, and Estado.

The browser's status bar at the bottom shows search options: "Encontrar:", "Siguiente", "Anterior", "Resaltar todo", and "Coincidencia de mayúsculas/minúsculas".

8.1 TALENTO HUMANO.

Estructura Organizacional.

Para comenzar con este proyecto empresarial, la estructura organizacional seleccionada es sencilla y adaptable para las necesidades de la organización. Esta irá cambiando a medida que la empresa siga creciendo y ampliando su propuesta de servicios educativos y de consultoría.

Organigrama Institucional.

El siguiente diagrama muestra la estructura organizacional de GScholar para los tres primeros años de funcionamiento. Se espera que de acuerdo al crecimiento de la empresa, puedan adicionarse otros cargos, tales como el de Director de Talento Humano y/o el Director Financiero.

Imagen No 2. Organigrama de GScholar.



Para realizar la descripción del cargo, se emplea el modelo sugerido por Chiavenato (2002), el cual se muestra a continuación con algunas adaptaciones de los autores del presente proyecto.

Tabla No 1. Formato de Descripción del Cargo.

Nombre del Cargo
Asesor Inmediato
Resumen del Cargo
Calificaciones
Responsabilidades.
Remuneración

Descripción de cargos de la Empresa Gscholar.

GERENTE GENERAL

Cargo: Gerente General

Asesor Inmediato: Junta de Accionistas.

Resumen del Cargo.

Actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por el mercado. Junto

con los demás cargos funcionales planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.

Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área pedagógica y de aplicación de los servicios prestados por la empresa.

Es la imagen de la empresa en el ámbito externo, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo.

Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los servicios ofrecidos y garantizar la sostenibilidad y crecimiento de la empresa al igual que el crecimiento y satisfacción de los clientes atendidos por la misma.

Responsabilidades.

1. Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
2. Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
3. A través del personal a cargo vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
4. Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
5. Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.

Educación

Formación.

- Profesional en Educación o área afín.
- Especialización en Gerencia Estratégica y Financiera.

Habilidad para:

- Detectar nuevas oportunidades de negocio.
- Relacionarse con público en general.
- Expresarse claramente en forma verbal y escrita.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Tratar en forma cortés y efectiva al público.
- Comprender situaciones de diversa índole.
- Organizar actividades de formación de personal.
- Buen manejo del tiempo.

Destrezas en:

- El manejo de computador, manejo de programas de ofimática y bases de datos.
- Manejo de redes sociales aplicadas a la comunicación y publicidad empresarial.

Salario: \$2.000.000.00 + prestaciones sociales.

DIRECTOR PEDAGÓGICO.

Cargo: Director Pedagógico.

Asesor Inmediato: Gerente General.

Resumen del Cargo.

Encargado del componente pedagógico y de investigación y desarrollo de nuevas propuestas de formación que permitan crear nuevas oportunidades de mercado para

la empresa.

A cargo del talento humano asociado al componente pedagógico de la empresa y responsable de la viabilidad comercial, financiera y pedagógica de los servicios de la empresa.

Responsabilidades.

1. Ejercer la dirección pedagógica, promover la innovación educativa e impulsar planes para la consecución de los objetivos del proyecto empresarial.
2. Diseñar y optimizar los servicios educativos de la empresa para que sean pedagógicamente, financieramente y comercialmente viables.
3. Garantizar el cumplimiento de las leyes y demás disposiciones vigentes.
4. Seleccionar y formar el talento humano más adecuado para la prestación de los servicios educativos ofrecidos por la empresa.
5. Realizar y analizar las encuestas de satisfacción y de calidad de los servicios educativos ofrecidos por la empresa.
6. Cuales quiera otras que le sean encomendadas por el Gerente General.

Educación

Formación.

- Profesional en educación artística.
- Especialización y/o maestría en Gerencia educativa.

Habilidad para:

- Relacionarse con público en general.
- Expresarse claramente en forma verbal y escrita.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Tratar en forma cortés y efectiva al público.

- Comprender situaciones de diversa índole.
- Organizar actividades de formación de personal.
- Buen manejo del tiempo.
- Redactar y consolidar propuestas comerciales de formación.

Destrezas en:

- El manejo de computador, manejo de programas de ofimática y bases de datos.
- Manejo de redes sociales aplicadas a la comunicación y publicidad empresarial.

Salario. \$1.300.000.00 + prestaciones sociales.

Bono: 1% de las utilidades después de impuestos al finalizar el año fiscal

ASESOR PEDAGÓGICO.

Cargo: Asesor Pedagógico

Asesor Inmediato: Director Pedagógico.

Resumen del Cargo.

Encargado de la ejecución y optimización de los talleres y servicios ofrecidos por la empresa. Administración de la plataforma educativa de la empresa para el manejo y administración del taller. Responsable de la satisfacción de los participantes del taller y de la calidad y pertinencia del mismo.

Educación

Formación

- Profesional en educación artística.
- Estudios adicionales o especialización en el área clave del curso a desarrollar.

Habilidad para

- Relacionarse con público en general.
- Expresarse claramente en forma verbal y escrita.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Tratar en forma cortés y efectiva al público.
- Redactar informes de seguimiento.
- Ejecutar didácticamente y constructivamente los talleres a cargo.
- Uso de la plataforma educativa de la empresa para administrar el taller.

Destrezas.

- Manejo de ofimática.
- Manejo de Internet y redes sociales.
- Manejo de la plataforma de desarrollo de contenidos. (Schoology)

Responsabilidades.

1. Ejecutar didácticamente y constructivamente los talleres a cargo.
2. Uso de la plataforma educativa de la empresa para administrar el taller.
3. Hacer las sugerencias de mejora de los talleres a través del director pedagógico.
4. Orientar los talleres de acuerdo con los parámetros fijados por la empresa.

Remuneración.

Salario: \$40.000 / hora de taller.

SECRETARIA EJECUTIVA

Cargo: Secretaria Ejecutiva

Asesor Inmediato: Gerente General.

Resumen del Cargo.

Encargada del esquema de comunicaciones internas y externas de la organización, del mantenimiento actualizado de las bases de datos de estudiantes, profesores, proveedores y demás personal involucrado en el funcionamiento de la empresa. Apoyo logístico en el proceso de enseñanza y ejecución de los cursos ofrecidos por la empresa.

Educación

Formación

1. Estudios en Secretariado bilingüe terminados.
2. Estudios en mercadeo.

Habilidad para

- Relacionarse con público en general.
- Expresarse claramente en forma verbal y escrita.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Tratar en forma cortés y efectiva al público.
- Redactar correspondencia de rutina, actas e informe de cierta complejidad.
- Comprender situaciones de diversa índole.
- Organizar el trabajo de la oficina.

Destrezas.

- El manejo de computador, manejo de programas de ofimática y bases de datos.

- Manejo de redes sociales aplicadas a la comunicación y publicidad empresarial.
- Diligenciamiento de formas contables.

Responsabilidades

1. Redacta y transcribe correspondencia, propuestas comerciales, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios de poca complejidad.
2. Elabora y ejecuta planes prospectivos de mercadeo para orientar el actuar del Gerente General y/o Director Pedagógico.
3. Diligencia formatos de órdenes de pago, recibos, requisiciones de materiales, órdenes de compra y demás formatos de uso de la dependencia.
4. Recibe y envía correspondencia.
5. Lleva registro de entrada y salida de la correspondencia.
6. Realiza y recibe llamadas telefónicas.
7. Actualiza la agenda del Gerente y del Director pedagógico.
8. Toma mensajes y los transmite.
9. Atiende y suministra información a estudiantes, personal de la empresa y público en general.
10. Brinda apoyo logístico en la organización y ejecución de reuniones y eventos.
11. Convoca a reuniones de la empresa
12. Archiva la correspondencia enviada y/o recibida.
13. Actualiza el archivo de la empresa
14. Lleva control de caja menor
15. Vela por el suministro de materiales de oficina de la empresa.
16. Inscribe estudiantes en cursos, laboratorios y eventos propios de la empresa.
17. Actualiza la cartelera informativa de la empresa.
18. Transcribe e ingresa información en las bases de datos de la empresa.
19. Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
20. Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.

21. Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Remuneración. Salario: \$750.000.00 + prestaciones sociales. (Mensual)

Bono: 1% de las utilidades después de impuestos al finalizar el año fiscal. (Anual)

9. ANALISIS FINANCIERO

El objetivo del análisis financiero es determinar la viabilidad económica de la idea de negocio. En éste se traducen los resultados del estudio de mercado acerca de la demanda potencial de los servicios ofrecidos por GScholar y su comparación con los egresos proyectados para el normal funcionamiento de la empresa, con el fin de determinar si existe la posibilidad de lograr un punto de equilibrio entre ingresos y egresos

Para realizar el estudio de factibilidad financiera de este proyecto de empresa, se ha recopilado información de los siguientes aspectos:

GASTOS PREVISTOS DE LA EMPRESA.

1. Gastos de establecimiento de la oficina de GScholar. (**ver anexo No 4**)
2. Gastos de funcionamiento de GScholar para la normal operación de la empresa y atención al público. Estos gastos se han tomado de la Guía: “Cómo planear la prestación de servicios al crear tu empresa” editado por la Cámara de Comercio de Bogotá. (**Ver anexo No 5**)

Estos se desglosan así:

- Gastos generales: Incluyen los arriendos y pago de servicios públicos de la oficina de Gscholar.
- Gastos administrativos: Incluyen los gastos legales, servicios a la oficina, depreciación, muebles y enseres, dotaciones, papelería, aseo y cafetería.
- Gastos de mercadeo: Incluyen el diseño y mantenimiento de la página web, gastos de movilidad, material informativo y publicitario de los talleres.
- Gastos financieros: Estos gastos se espera sean mínimos debido a que la empresa en su fase inicial arrancará con capital personal de los creadores de la empresa.

3. Diseño y costos de la prestación de los servicios. La determinación de los costos de los talleres ofrecidos por Gscholar esta basada en la guía de la Camara de Comercio de Bogotá, “Diseña los servicios de tu empresa”. Estos pueden verse en el **anexo 6**. (Diseño del Servicio: Taller de voz) donde se desglosa el número de horas invertidas en el diseño, promoción, inscripción de participantes, prestación del servicio y las actividades post venta del servicio. Éste es un estimado teórico, el cual se espera poder recalcular una vez comience a funcionar la empresa.
4. Los costos directos del servicio (**Anexo No 7**) se calcularon teniendo en cuenta el personal, los insumos y los procesos asociados a la prestación del servicio establecido en la tabla: Diseño del servicio. Taller de voz. Los valores se obtuvieron prorrateando el insumo empleado con su valor mensual.
5. Gastos de personal. Estos pueden verse en el **anexo No 8** de este trabajo y corresponden a los salarios y prestaciones legales de los tres empleados que inicialmente harán parte de Gscholar. Estos gastos se proyectarán con incrementos del 5% anual durante los siguientes cinco años de la constitución de la empresa. Los costos de los docentes y tutores de los cursos se incluyen dentro de los costos del curso y no constituyen fuentes de gastos en prestaciones sociales.

La proyección general de gastos de la empresa Gscholar para los cinco años siguientes a su constitución pueden verse en el **anexo No 9** , donde se observa el consolidado anual de gastos generales, administrativos, de mercadeo y publicidad, financieros y de nómina. Cada año se proyecta un incremento del 5% sobre el total de los gastos de funcionamiento de la empresa, el cual casi duplica las proyecciones del gobierno

nacional con respecto al índice de precios al consumidor. (Se calcula teniendo en cuenta el IPC + un incremento adicional de seguridad)

INGRESOS DE LA EMPRESA.

Los ingresos inicialmente contemplados para GScholar son los derivados de la venta de los diferentes talleres ofrecidos por la empresa a las instituciones educativas interesadas en estos.

Si bien, existe la posibilidad de ofrecer servicios de consultoría en educación artística, estos no fueron contemplados en el estudio de mercado, por lo tanto la probabilidad de obtener este tipo de contratos y los ingresos por este concepto son inciertos.

Con la información proveniente del estudio de mercado, en el cual únicamente cuatro instituciones de las cuarenta y dos contactadas estarían interesadas en alguno de los productos ofrecidos por GScholar, se establecen las siguientes consideraciones y condiciones:

1. Para determinar la viabilidad financiera del proyecto, se utilizará la herramienta del Valor Presente Neto, definida por García (2009) como el valor que resulta de restar al valor presente de los futuros flujos de caja de un proyecto, el valor de la inversión inicial. Si el resultado de calcular el VPN del proyecto es mayor que cero, es porque el proyecto rinde a una tasa superior al costo de capital. Si por el contrario da menor que cero es porque el proyecto rinde a una tasa inferior al costo de capital, por lo tanto no es atractivo ni viable como proyecto de inversión.
2. Para hacer este ejercicio se utilizará una Tasa de Interés de Oportunidad del 10% anual, (TIO = 10%) para hacer el proyecto de inversión más atractivo que cualquier otra inversión en el sector bancario.

3. De las conclusiones del estudio de mercados realizado se proyectarán 10 talleres de GScholar durante el primer año de funcionamiento de la empresa.
4. La proyección total será de 20 talleres anuales a partir del segundo año.
5. El valor de venta de los talleres se incrementará a partir del año 1 y hasta el año 5 en un porcentaje fijo del 5% que es el porcentaje en el cual se supuso, incrementarían los gastos de operación de GScholar. Aquí no se tienen en cuenta ingresos adicionales por asesorías a colegios, ya que esta información no está determinada en el estudio de mercado.

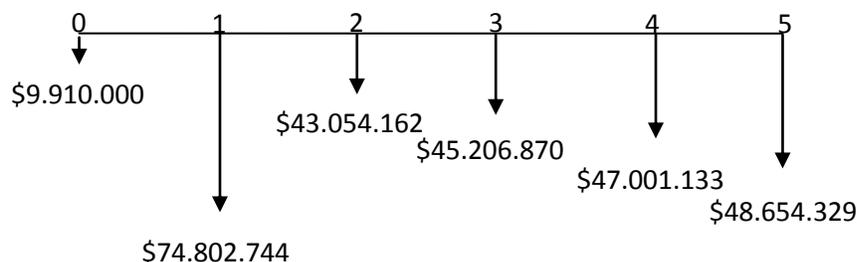
La tabla de ingresos y egresos de los cinco primeros años puede verse en la Tabla No 1 que se presenta a continuación.

Tabla No 1. Proyección de ingresos y egresos de GScholar

	Año de funcionamiento				
	1	2	3	4	5
Costo de un taller por persona	\$ 92.229	\$ 96.840	\$ 101.682	\$ 106.767	\$ 112.105
Valor de venta de un taller	\$ 280.000	\$ 294.000	\$ 308.700	\$ 324.135	\$ 340.342
No de participantes por taller	18	18	18	18	18
Cantidad de talleres vendidos	10	20	20	20	20
Ingresos anuales brutos	\$ 50.400.000	\$ 105.840.000	\$ 111.132.000	\$ 116.688.600	\$ 122.523.030
Gastos del curso	\$ 16.601.220	\$ 34.862.562	\$ 36.605.690	\$ 38.435.975	\$ 40.357.773
Ingresos anuales netos	\$ 33.798.780	\$ 70.977.438	\$ 74.526.310	\$ 78.252.625	\$ 82.165.257
Egresos Anuales	\$ 108.601.524	\$ 114.031.600	\$ 119.733.180	\$ 125.253.758	\$ 130.819.586
Ganancia/Pérdida proyectada.	\$ (74.802.744)	\$ (43.054.162)	\$ (45.206.870)	\$ (47.001.133)	\$ (48.654.329)

El diagrama de flujo neto de efectivo puede verse a continuación

Imagen No 3. Diagrama de flujo de caja libre.



El cálculo para determinar el valor presente neto de la serie de valores presentados en la figura anterior es:

Ecuación No 1. Valor presente neto.

$$VPN = Egresoinicial + \frac{Valornetoaño1}{(1+i)^1} - \frac{Valornetoaño2}{(1+i)^2} + \frac{Valornetoaño3}{(1+i)^3} - \frac{Valornetoaño4}{(1+i)^4} + \frac{Valornetoaño5}{(1+i)^5}$$

Reemplazando en la ecuación anterior, los valores obtenidos en la tabla de ingresos y egresos, representados en el diagrama libre de caja, encontramos lo siguiente:

$$VPN = -9.910.000 - \frac{74.802.744}{(1+0,1)^1} - \frac{43.054.162}{(1+0,1)^2} - \frac{45.206.870}{(1+0,1)^3} - \frac{47.001.113}{(1+0,1)^4} - \frac{48.654.329}{(1+0,1)^5}$$

En la tabla No 2 se muestran los valores obtenidos al realizar las operaciones matemáticas descritas en la ecuación anterior.

Tabla No 2. Valores resultantes de la ecuación.

Año	Ingreso/Egreso	Valores VPN
0	-9.910.000	-9.910.000
1	-74.802.744	-68.002.495
2	-43.054.162	-35.581.952
3	-45.206.870	-33.964.591
4	-47001113	-32.102.393
5	-48.654.329	-30.210.510
Resultado final de la sumatoria =		-209.771.940

6. El valor presente neto obtenido para este proyecto de inversión, tal como lo muestra la tabla No 2 es menor que cero(-209.771.940), lo cual indica que es

un proyecto no viable económicamente con la proyección de ventas y estructura de costos establecidas en el presente estudio.

7. Este resultado indica que en caso de realizarse la inversión, el retorno de la inversión y la factibilidad económica de la empresa son prácticamente nulos. Por tanto, en caso de proseguir con la idea, debe repensarse la estructura organizacional propuesta y verificar si existe la posibilidad de ampliar la demanda potencial en otras zonas geográficas de la ciudad de Bogotá o en otros segmentos de mercado que no fueron tenidos en cuenta en este estudio.

10. CONCLUSIONES

Al finalizar este trabajo, los autores de este proyecto establecen las siguientes conclusiones.

1. De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de mercados, existe una amplia población docente de los grados de preescolar que no cuentan con herramientas de formación artística que les permita optimizar y potenciar procesos de enseñanza y aprendizaje más efectivos.
2. El resultado anterior brinda un argumento más para confirmar lo manifestado en la justificación de este trabajo, el cual indica que los docentes de preescolar no cuentan con este tipo de herramientas didácticas que permitirían mejorar la práctica pedagógica y por consiguiente el desarrollo de habilidades y competencias en los niños.
3. Existe un alto grado de reconocimiento por parte de los directores de colegios y coordinadores académicos a la importancia de la formación artística en los docentes de las instituciones y de cómo ésta potencia distintos aprendizajes en los estudiantes; sin embargo, por diversas razones éste tipo de formación no es brindado por las universidades en la formación inicial de docentes.
4. Ante la intención de formar a los docentes a través de empresas externas, un alto porcentaje de ellas indica querer hacerlo, sólo que factores tales como la rotación docente de alguna manera frenan el proceso de inversión para este tipo de formación.
5. Aunque existe una necesidad sentida y reconocida en el segmento de instituciones educativas de estratos tres y cuatro de las localidades de Suba y Usaquén del tipo de formación ofrecida por GScholar, esta no se traduce en una alta demanda real de los servicios de la empresa.
6. A nivel financiero, la proyección de ingresos y egresos de GScholar determinada por el modelo de negocio y la estructura operativa de la empresa no garantiza el retorno de la inversión inicial ni garantiza la sostenibilidad económica de la empresa en el lapso de los cinco primeros años.

7. Lo manifestado en el punto seis más el análisis del proyecto utilizando la herramienta de valor presente neto indica que el proyecto GScholar no es viable financieramente en la forma y condiciones establecidas para este estudio de factibilidad.

Recomendaciones.

1. Para que exista viabilidad financiera GScholar deberá ampliar su paquete de servicios, ya que los cursos de formación docente en competencias musicales no son suficientes para garantizar la sostenibilidad de la empresa.
2. Desarrollar nuevos estudios de mercado para establecer la posibilidad de crear nuevos servicios que permitan generar diferentes ingresos por otros conceptos a la empresa.
3. Se hace necesario para dar mayor posibilidad de sostenimiento ampliar el perfil del cliente potencial redefiniendo la delimitación de estrato y sector.
4. Redefinir la estructura organizacional estipulada en la presente propuesta de estudio de factibilidad para abaratar costos.
5. Contemplar la presente propuesta como un proyecto de emprendimiento personal antes de ser constituida en una empresa como se pretende, con el fin de generar experiencia en la prestación del servicio y constituir una base de datos de los clientes para ofrecer nuevos servicios a futuro. Los gastos de personal, que son los que más le aportan a los costos de operación pueden reducirse si se subcontratan al inicio los servicios de secretaría virtual y el coordinador académico cumple las funciones del Gerente General al inicio del proyecto.
6. Conformar un Holding o grupo de personas que tengan diversas unidades de negocios dirigidas al sector específico educativo a donde GScholar apunta la prestación de sus servicios , para de esta manera apalancar costos

11. RESUMEN EJECUTIVO

La Oportunidad.

GScholar se crea para dar respuesta a una necesidad aun no plenamente reconocida por las instituciones escolares, como lo es la formación en educación musical a los docentes de educación inicial con el fin de enriquecer su práctica profesional y la orientación que desde ésta pueden brindar a sus clases, de tal manera que el desarrollo infantil y los objetivos de la educación inicial se vean favorecidos.

GScholar es un emprendimiento de tres personas, estudiantes de la especialización en Gerencia Educativa de la Universidad de la Sabana, quienes unen esfuerzos desde cada una de sus especialidades y preferencias para ofrecer a las instituciones educativas de educación inicial, media y media vocacional diferentes propuestas de formación artística a sus docentes.

Descripción del Negocio.

GScholar es una nueva empresa localizada en la ciudad de Bogotá que provee talleres de formación y asesoría pedagógica en el área de educación musical a instituciones educativas de la ciudad de Bogotá, D.C.

Misión

Brindar los mejores servicios de formación y asesoría en educación artística, con altos estándares de calidad y en horarios convenientes para nuestros clientes y metodologías efectivas de enseñanza y aprendizaje.

Las instalaciones de GScholar serán durante los primeros cinco años en arriendo y estarán ubicadas en la calle 172 con carrera 22 de la ciudad de Bogotá. En esta dirección se contará con servicio de Internet, teléfono, servicios públicos, garaje y bodega. Está ubicada allí por facilidad para el transporte público y cercanía con los colegios de interés. Allí trabajará el personal de planta de GScholar y cuenta con un sitio adecuado para reuniones y para realizar presentaciones a los grupos de interés.

Propiedad y Dirección.

GScholar es una empresa de propiedad de tres personas en proporciones iguales, quienes son los fundadores de la empresa. A estos les corresponde determinar las personas que ocuparán los cargos propuestos dentro de la estructura organizacional de este proyecto.

Oportunidades de Mercado.

Actualmente no hay empresas destinadas a ofrecer los servicios que ofrece GScholar a las instituciones educativas o programas de formación docente en las universidades que permitan el desarrollo de las habilidades propuestas por nuestros talleres. En el estudio de mercado, se vislumbran cuatro instituciones que podrían estar interesadas en este tipo de talleres, las cuales podrían servir como puerta de entrada y de referencias para desarrollos posteriores de servicios.

Estrategias de mercadeo.

El mercadeo de los servicios ofrecidos por GScholar será directo a través de llamada telefónica para identificar prospectos. Los más prometedores serán visitados por el coordinador académico o el gerente comercial de GScholar donde se establecerán relaciones y se generará interés y mayor conocimiento por la compañía. A esto le seguirán campañas de correspondencia electrónica para dar a conocer nuevos servicios o el desarrollo de nuevos talleres.

Proyecciones financieras.

Una vez finalizado el estudio de mercado, al análisis de costos y la estructura organizacional de la empresa, se vislumbra que GScholar no es rentable en el corto y mediano plazo debido a la baja demanda actual de los talleres de formación, sin embargo, puede reorganizarse de manera que dichos servicios puedan ser ofrecidos bajo el auspicio de otra compañía ya establecida o como emprendimiento netamente personal, sin los sobre costos asociados a personal, estructura legal e infraestructura en arrendamiento.

11. BIBLIOGRAFIA.

BACHMANN, Marie-laure. La Rítmica. (Traducción por Alphabet traductores) Les Editions de la Baconniere, Boundry. Suisse. 1984. 155 p.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestión del talento humano : el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. McGraw Hill. 2002. 475p

COPLAND, Aaron. Cómo escuchar la música. New York. McGraw-Hill Book Company. Inc. 1939. 220 p

FITZIMONS, James. Service management: operations, strategy, and information technology. New York. Irwin Professional Publishers , 4th edition. 2004. 587p

GARCIA, Oscar. Administración Financera. Fundamentos y aplicaciones. Cuarta edición. Prensa Moderna Impresores S.A. 2009. 362p

HEMSY de GAINZA, Violeta. La iniciación musical del niño. Buenos Aires. Ricordi Americana S.A. 1964. 242 p

MARTENOT, Maurice. Método martenot. Buenos Aires. (Traducido por Ricordi Americana S.A.).1957. 105 p

MENDEZ, Rafael. Formulación y evaluación de proyectos. Enfoque para emprendedores. Icontec. Quinta Edición. 2008.

RISE, Al, Laura. Las 22 leyes inmutables de la marca (Traducción McGraw Hill/interamericana de España) McGraw Hill , 1998, pg 123.

SCHAFER, Murray. Limpieza de oídos. (Traducido por Ricordi americana S.A.), Berandol Music de Canadá. 1967. 63 p

SCHAFER, Murray. 19. El rinoceronte en el Aula. (Traducido por Ricordi americana S.A.), Berandol Music de Canadá. 79 p

SERNA, Humberto. Gerencia Estratégica: Planeación y gestión – teoría y metodología. Bogotá. 3R Editores. 413 p

SUZUKI, Shinichi. Hacia la música por amor. New York. (Traducido en puerto rico Oct. 1983), Exposition Press. 1969.

SWANWICK, Keith. Música, pensamiento y educación. Londres. Routledge. 1988. 191 p

TELLEZ, Enrique. Música tradicional. Eufonía didáctica de la música. Barcelona. Graó Educación de Serveis pedagogies.. 1997. 125 p

WILLEMS, Edgar. El valor humano de la educación musical. (Traducido por Maria teresa Brutocao y Nicolás Luis Fabián). Ediciones Paidós Ibérica, S.A. 1981. 232 p

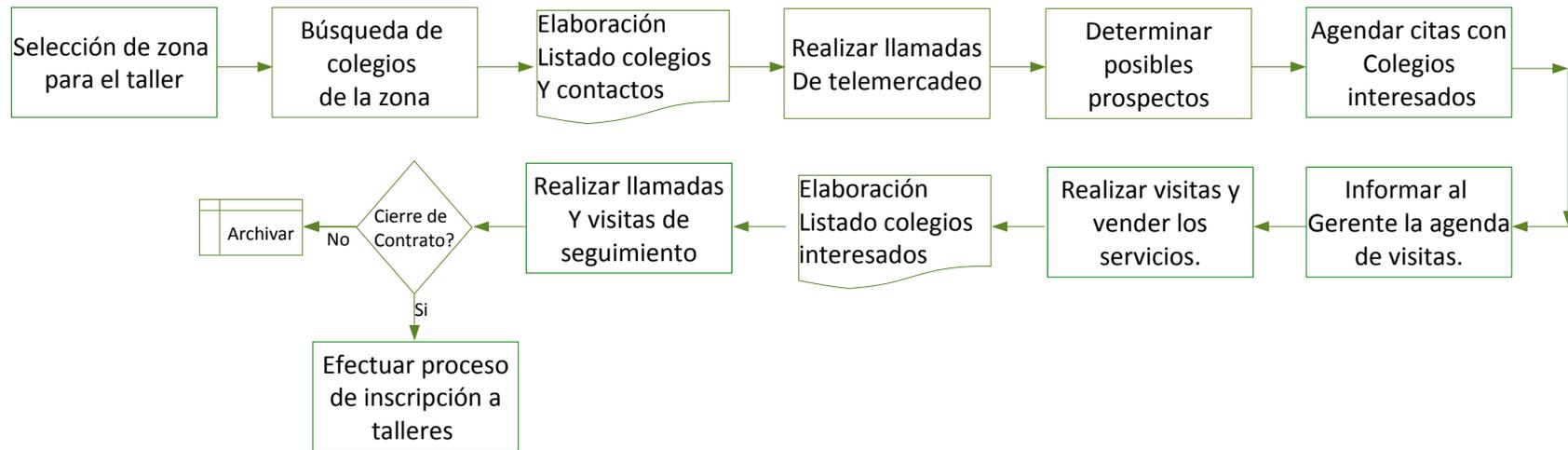
ZULETA, Alejandro. El método Kodaly en Colombia. Editorial Pontificia universidad Javeriana. Colombia. 2008. 160 p

12. ANEXOS

Anexo No 1	Diagrama de prestación de servicios de GScholar)
Anexo No 2	Diagrama para el desarrollo de talleres de GScholar
Anexo No 3	Estudio de Mercado de GScholar
Anexo No 4	Gastos de establecimiento de la oficina de GScholar.
Anexo No 5	Gastos de funcionamiento de GScholar para el año uno (1).
Anexo No 6	Diseño del Servicio: Taller de Voz.
Anexo No 7	Costos Directos del Servicio. (Taller de Voz)
Anexo No 8	Gastos de personal de GScholar.
Anexo No 9	Proyección de gastos de la empresa.

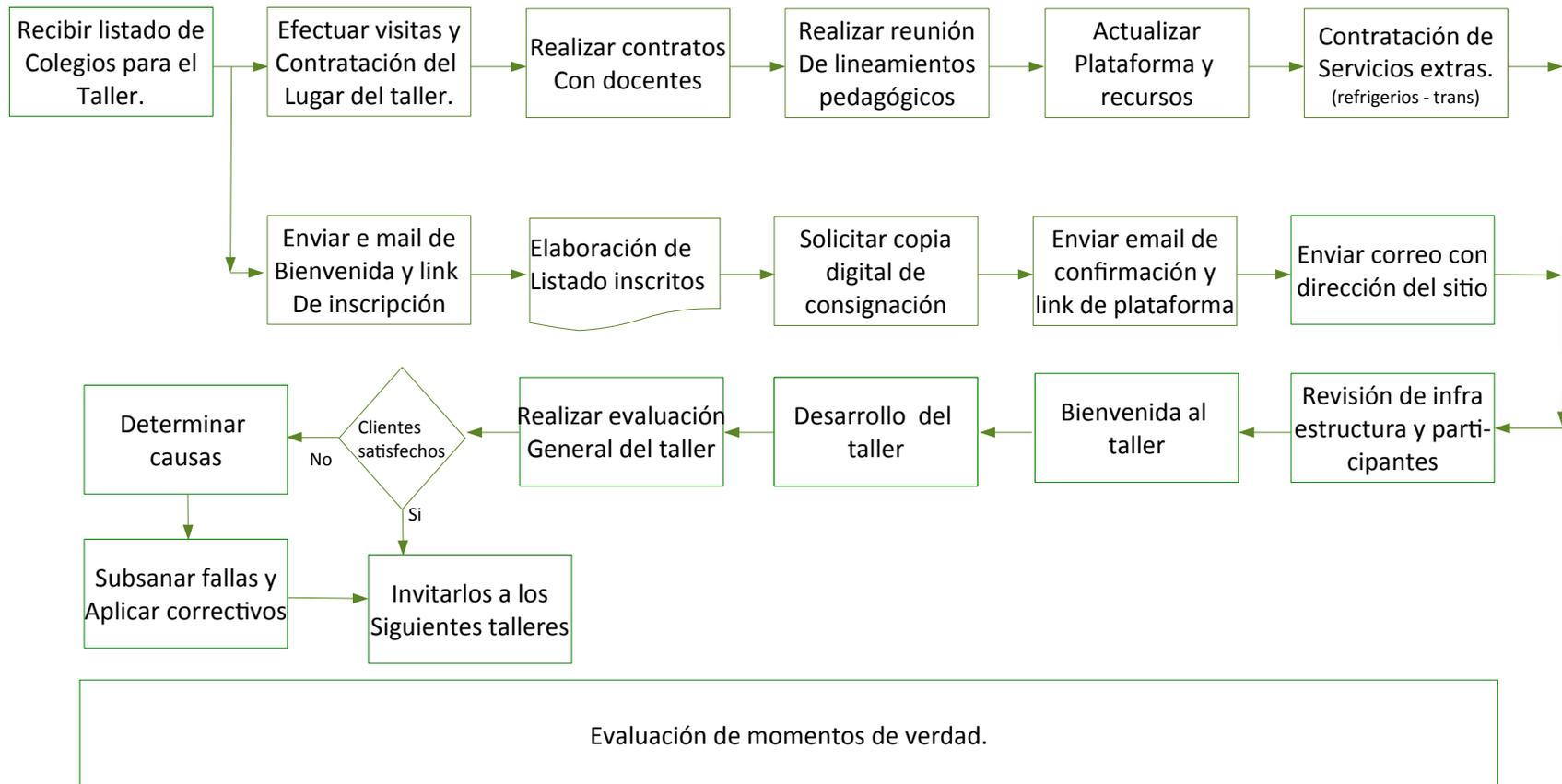
ANEXO No 1

DIAGRAMA DE PRESTACION DE SERVICIOS DE GSCHOLAR.



ANEXO No 2

DIAGRAMA PARA EL DESARROLLO DE TALLERES DE GSCHOLAR.





G Scholar

ESTUDIO DE MERCADOS

G SCHOLAR

EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS

LOCALIDADES SUBA Y USAQUEN

DESCRIPCIÓN DEL DOCUMENTO

Objetivo

Determinar las oportunidades de negocio reflejadas en el estudio de Mercado para las instituciones educativas en las Localidades de SUBA y USAQUEN.

Dirigido a:

G SCHOLAR

Presentado por:

SGC Consulting S.A.S

Actualizaciones del documento:

Versión: 1.0

Fecha:

Junio 11 de 2013

Confidencialidad:

El contenido del presente documento se considera de carácter confidencial entre **SGC CONSULTING** y **G SCHOLAR** y no podrá ser utilizado total o parcialmente para propósitos distintos al objeto de este proyecto. Este documento no podrá ser reproducido en su totalidad o en parte, ni podrá ser transmitido sobre ningún formato o medio, electrónica o mecánicamente, para cualquier finalidad, sin el expreso consentimiento escrito de **G SCHOLAR** o su grupo de trabajo.

Tabla de Contenido

1. Base de Datos en Ms Access 2010.....	pág. 4
1.1. Sugerencias sobre las preguntas.....	pág. 4
1.1.1 Generalidades de la Base de Datos e Información.....	pág. 4
1.2. Pregunta 1	pág. 7
1.3. Pregunta 2	pág. 9
1.4. Pregunta 3	pág. 11
1.5. Pregunta 4	pág.14
1.6. Pregunta 5	pág.17
1.7. Pregunta 6	pág.18
1.8. Pregunta 7	pág.20
1.9. Pregunta 8	pág.20
1.10.Pregunta 9	pág.23
1.11. Pregunta 10	pág.25
1.12. Pregunta 11	pág.27
1.13. Pregunta 11	pág.29

Conforme al contexto y desarrollo de la investigación de Mercado, nos permitimos sustentar la herramienta de trabajo, donde encontrarán:

1. El registro de respuestas por Colegio.
2. Visualización de las encuestas en Modo Vista de Informe.
3. Informe de Colegios encuestados con respectivos comentarios que pueden generar valor a la idea de negocio.
4. Tabla de Datos en Modo de Solo Lectura (No Podrán modificar la información registrada en MS Access), les permitirá poder exportar la información a herramientas como MS Excel.
5. El sistema de Access está configurado en MS Office 2010, por lo que sugerimos puedan acceder al sistema con dicho sistema.
6. Podrán encontrar los videos Instructivos de operatividad de la Base de Datos.

1.1 Sugerencias sobre las Preguntas

Pregunta 10 - ¿Qué Valor estaría dispuesto a pagar por persona, por un taller en formación musical para docentes de Pre escolar, con una intensidad horaria de 16 horas?

Conforme a la realización de encuestas determinamos que para la Pregunta Diez (10), existía una alta probabilidad que los encuestados siempre se orienten a asegurar que estarían dispuestos a pagar el menor valor dentro de la lista de opciones. En ese orden de ideas sugerimos establecer rangos para obtener una mayor proximidad a la capacidad económica de cada colegio; teniendo en cuenta que habrán colegios que no estén centrados únicamente en el factor monetario sino en calidad del servicio ofrecido. Por ello sugerimos una opción hacia los colegios llamada **“El valor me es indiferente si hay Calidad”**. Lo cual durante el ejercicio se evidencio que hubo colegios que afirmaron esta opción y podrá dicha información orientar a una estrategia de negocio.

Pregunta 12 – La rotación del Personal se Considera

Sugerimos esta pregunta adicional con el fin de determinar qué tan riesgoso puede ser el ofrecimiento de servicios de entrenamiento a colegios donde puede existir una alta rotación de personal. Claramente existe un riesgo asociado a que pueden ser colegios que pueden estar interesados en el servicio, pero su realidad en gestión humana refleja que no sería rentable para la institución por existir rotación constante en el personal que podría tomar el entrenamiento.

Observaciones Especiales

Información relevante que suministraron los encuestados fuera del listado de preguntas. Existieron encuestados bastante interesados y suministraron datos personales adicionales a la base de datos entregada por G Scholar.

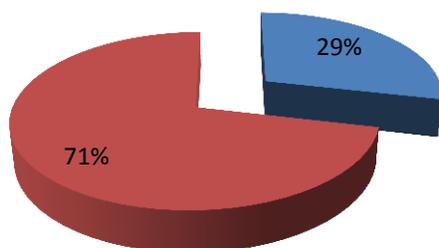
1.1 Generalidades de la Base de Datos y la Información

Conforme a una Muestra de 42 Instituciones Encuestadas a los directos responsables según la base de datos suministrada.

Técnica: Muestreo Aleatorio Simple / Colegios Al Azar.

Proporción de Instituciones encuestadas según Localidad

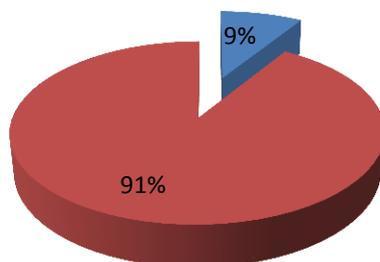
■ USAQUEN ■ SUBA



Usaquen	12
Suba	30
Total	42

Estratificación de las Instituciones encuestadas

■ 3 ■ 4

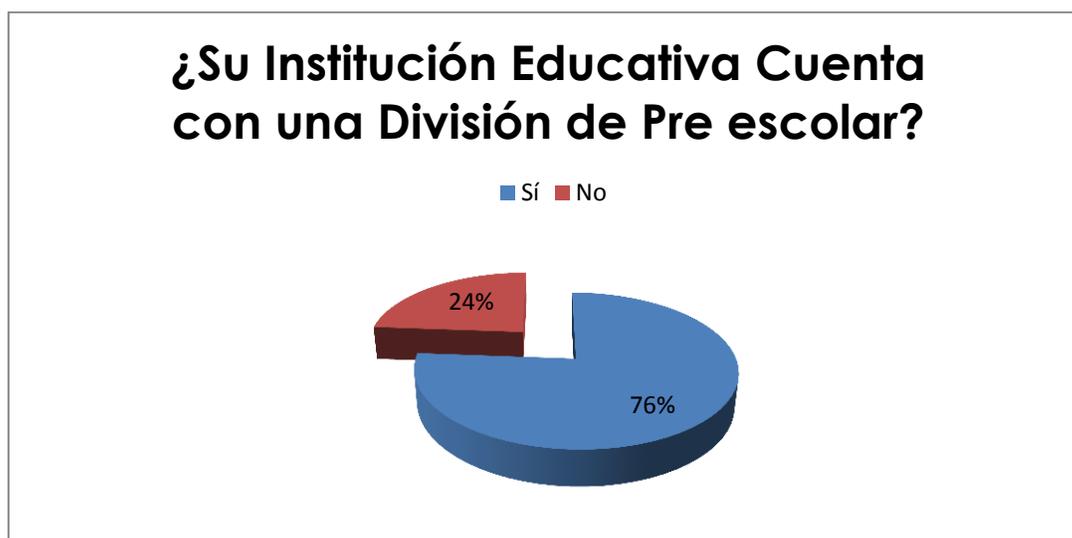


3	31
4	11
Total	42

Dentro de las 42 Instituciones Encuestadas este fue el resultado de su estratificación.
Muestra de Dispersión de Direcciones en mapa de Bogotá

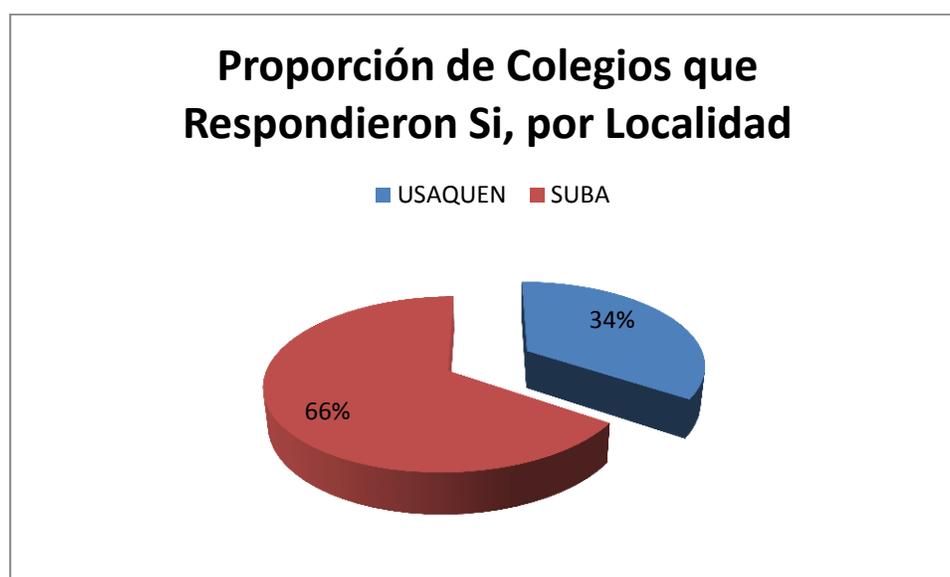


¿Su Institución Educativa cuenta con una División de Pre Escolar?



Sí	32
No	10
Total	42

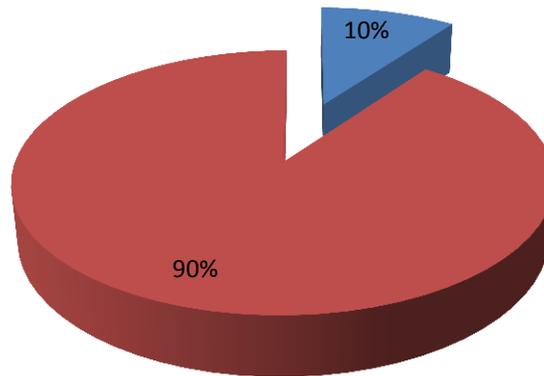
En el presente cuadro se evidencia que dentro del tamaño de muestra de 42 organizaciones, el 24% equivalente a 10 Instituciones educativas encuestadas, no cuentan con una división de Pre escolar. El estudio se orientará al 76% de las instituciones encuestadas, equivalentes a 32.



USAQUEN	11
SUBA	21
Total	32

Proporción de Colegios que Respondieron No, por Localidad

■ USAQUEN ■ SUBA



USAQUEN	1
SUBA	9
Total	10

¿Cuántos Profesores enseñan en el área de Pre Escolar?

P2	
Media	4,5625
Error típico	0,383473
Mediana	4
Moda	4
Desviación estándar	2,16925
Varianza de la muestra	4,705645
Curtosis	0,935401
Coefficiente de asimetría	1,031951
Rango	9
Mínimo	1
Máximo	10
Suma	146
Cuenta	32
Mayor (1)	10
Menor(1)	1

Media: La media o promedio de los datos obtenidos reflejan que las instituciones encuestadas cuentan con un número muy cercano a cinco (5) docentes de Pre escolar.

Error Típico: Determinar los límites probables (Intervalos de Confianza) en los que se encuentra la media de la población.

Mediana: Dentro de la agrupación de la información de las encuestas cuatro (4) es el número que representa la mitad de los mismos.

Moda: Significa que dentro de una agrupación de datos es el que más se repite. En este caso especial se puede mencionar que cuatro docentes (4) es la respuesta más común entre los colegios.

Desviación Estándar: Refleja que la variación entre colegios frente a su cuerpo docente de pre escolar es de dos (2).

Varianza de la Muestra: Muestra la varianza que existe entre el grupo de datos o desviación estándar potencia dos (2).

Curtosis: Al ser mayor a cero describe una curva leptocurtica sobre su eje de simetría, que para este caso se describe en la siguiente gráfica.

Coefficiente de Asimetría: Concentra una mayor cantidad de Valores más no de datos a la derecha del Histograma que la medida de su izquierda.

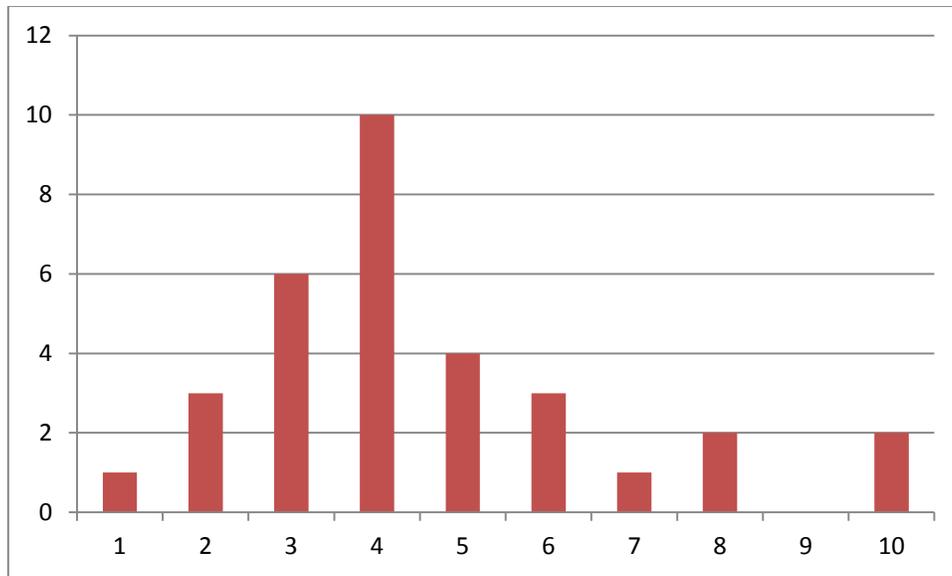
Rango: Demuestra que existe una gran distancia entre el valor máximo y el mínimo de docentes presentes en los colegios encuestados. Ciertamente es un valor que puede reflejar que hay dispersión de datos, que comparada con la desviación estándar es mucho mayor.

Mínimo: Es la cantidad mínima de Docentes presentes en las instituciones encuestadas.

Máximo: Es la cantidad máxima de Docentes presentes en las instituciones encuestadas.

Suma: Es la cantidad agrupada de docentes de todas las instituciones encuestadas.

Cuenta: Refleja la cantidad de colegios que fueron objeto de éste análisis.

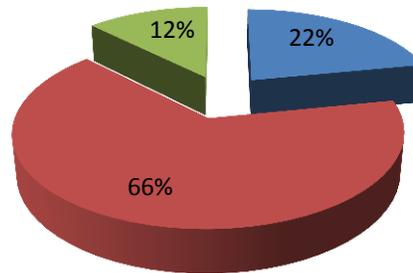


Consideraciones

1. La mayor cantidad de datos se concentran en cuatro (4).
2. La característica del gráfico describe una curva Leptocurtica / Contiene un pico bastante calificado frente a la demás distribución de datos.

¿Qué tan Importante es la formación Musical en el Plan de Estudios de Pre Escolar de su Institución Educativa?

■ Muy Importante ■ Importante ■ No tan Importante



Muy Importante	7
Importante	21
No tan Importante	4
Total	32

Se evidencia que 21 Instituciones representadas en el 66% de los encuestados, afirman que es importante la formación Musical dentro de su Plan de Estudios. El 22% equivalente a siete (7) Instituciones Educativas afirma que es muy importante la formación musical dentro de su plan de estudios y finalmente el 12% equivalente a cuatro (4) Instituciones afirman que No es Tan importante la formación Musical en el plan de Estudio.

Los Colegios que afirmaron que no es Tan Importante la formación Musical son: COL FUND LA PAZ, PREESC MI MUNDO DE COLORES, COL PARROQUIAL RINCON DE SUBA Y COL EUCARISTICO MERCEDARIO. Donde el 100 % de estos colegios son de la Estrato 3. Una Institución es de USAQUEN y tres restantes son de SUBA.

Consideraciones:

No Tan Importante

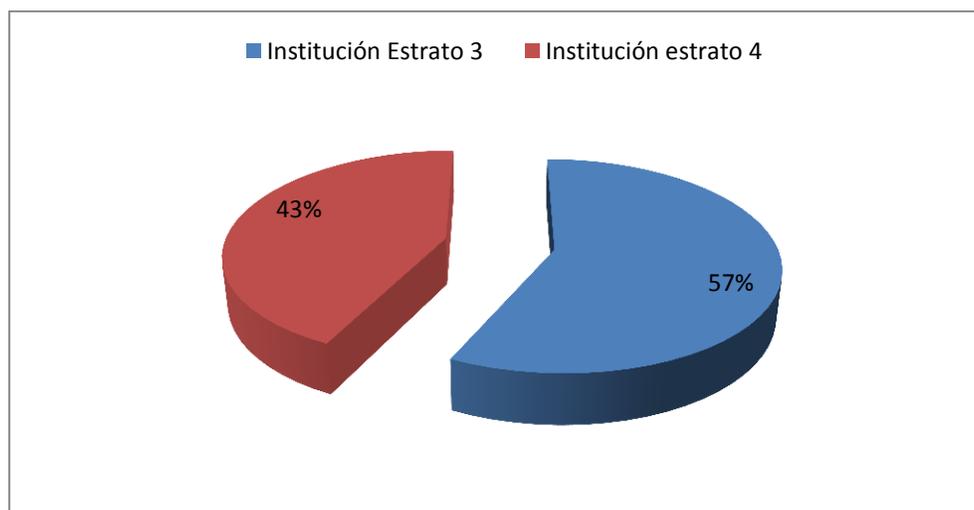
El patrón de colegios que afirman no es tan importante la formación musical, el 3 de ellos (75%) corresponden a la localidad de SUBA, donde en la base de datos no registran ZZ. Por la Institución Restante su ubicación es en el barrio San Cristóbal.

Muy Importante

El patrón de colegios que afirman es Muy importante la formación musical, se describen así:

COL MARCO AURELIO NUMERIANO	USAQUEN	3
COL GIOVANNI PASCOLI	USAQUEN	3
JARD INF CAMP MI BELLA IMAGEN	USAQUEN	3
JARD INF MELODIAS ENCANTADAS	SUBA	4
JARD INF LA CASITA DEL BOSQUE DE SUBA	SUBA	3
LIC LA ALEGRIA DE APRENDER	SUBA	4
COL VILLA DEL NIÑO	SUBA	4

Análisis



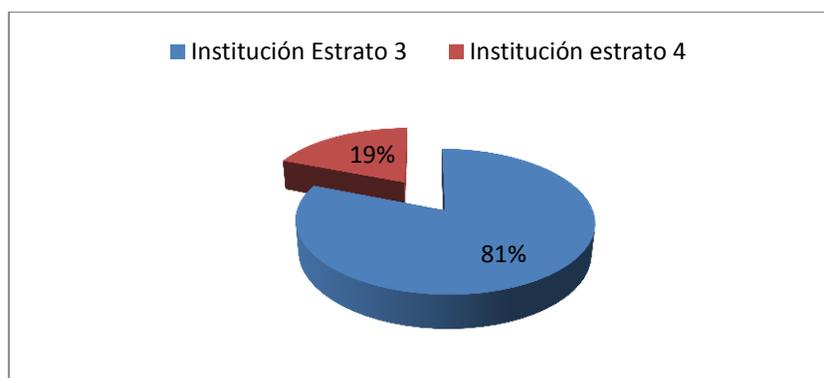
Institución Estrato 3	4
Institución estrato 4	3
Total	7

Se evidencia que el 57% de las Instituciones que afirmo ser muy importante la formación musical en el plan de Estudios Corresponde a estratos 3 y 43% a estratos cuatro(4), equivalentes a tres Instituciones.

Importante

El patrón de colegios que afirman es Importante la formación musical en su plan de estudios, se describen así:

GIMN GEORGE BERKELEY	USAQUEN	3
COL WESLEYANO DEL NORTE	USAQUEN	4
INST AMERICANO DEL NORTE	USAQUEN	3
JARD INF AMIGOS PARA SIEMPRE	USAQUEN	3
JARD INF SEMILLITAS DE AMOR	USAQUEN	4
GIMN PEDAG ANDES	USAQUEN	3
GIMN DE LOS CERROS	USAQUEN	3
GIMN CRUZ DE SAN JUAN	SUBA	3
JARD Y GUARD PIQUIN Y COCOL	SUBA	4
JARD INF COMENCEMOS A VIVIR	SUBA	4
GIMN MODERNO ESDRA	SUBA	3
INST COPEAL	SUBA	3
TALLER INF PATICOS DEL MAR	SUBA	3
COL SAN SIMON	SUBA	3
LIC MODERNO MI MUNDO IDEAL	SUBA	3
LIC PSICOPEDAG MORATO	SUBA	3
COL EINSTEINIANO	SUBA	3
GIMN PINOSIERRA LAS ABEJITAS	SUBA	3
GUARD Y JARD INF LOS PILOSITOS	SUBA	3
JARD INF GIMN CASTELLO	SUBA	3
LIC SAMANIEGO	SUBA	3

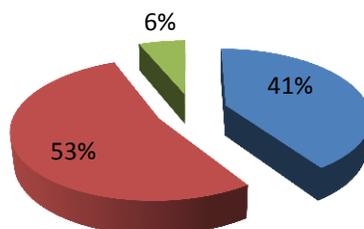


Institución Estrato 3	17
Institución estrato 4	4
Total	7

Se evidencia que el 81% equivalente a 17 Instituciones de estrato 3, afirmaron ser Importante la formación Musical en su plan de Estudios, frente a un 19% equivalente a cuatro Instituciones de estrato cuatro (4).

¿Qué tan Importante es la formación Musical de los Docentes de la enseñanza en grados de Pre escolar?

■ Muy Importante ■ Importante ■ No tan Importante



Muy Importante	13
Importante	17
No tan Importante	2
Total	32

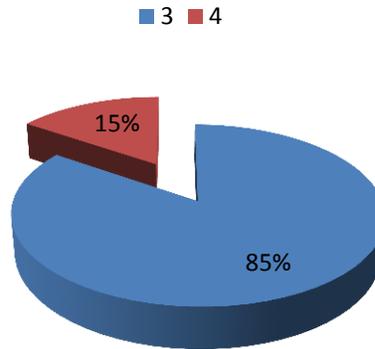
Se evidencia que el 41% de las Instituciones Encuestadas en esta pregunta equivalen a trece (13), que consideran que es Muy importante la formación musical en sus docentes de grados de Pre escolar. El 53% equivalente a diecisiete (17) Instituciones, califican como es Importante la formación musical en sus docentes de Pre escolar. Mientras que el 6% equivalente a dos (2) Instituciones, califican como No tan Importante la formación musical en sus docentes de grados de Pre Escolar.

Muy Importante

El patrón de colegios que afirman es Muy Importante la formación musical en sus docentes, se describen así:

COL FUND LA PAZ	USAQUEN	3
COL MARCO AURELIO NUMERIANO	USAQUEN	3
GIMN PEDAG ANDES	USAQUEN	3
GIMN DE LOS CERROS	USAQUEN	3
COL GIOVANNI PASCOLI	USAQUEN	3
GIMN CRUZ DE SAN JUAN	SUBA	3
JARD INF MELODIAS ENCANTADAS	SUBA	4
JARD INF LA CASITA DEL BOSQUE DE SUBA	SUBA	3
TALLER INF PATICOS DEL MAR	SUBA	3
GIMN PINOSIERRA LAS ABEJITAS	SUBA	3
LIC LA ALEGRIA DE APRENDER	SUBA	4
COL PARROQUIAL RINCON DE SUBA	SUBA	3
LIC SAMANIEGO	SUBA	3

Proporción Muy Importante por Estratificación



Institución Estrato 3	11
Institución Estrato 4	2
Total	13

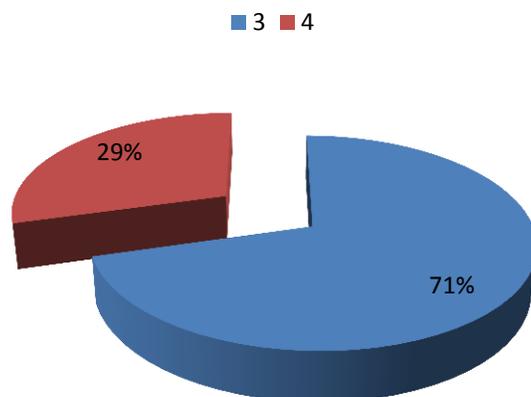
Se evidencia que las trece (13) Instituciones encuestadas el 15% equivalente a 2 Instituciones de estrato cuatro (4) y el restante 85% equivalente a once Instituciones de estrato tres (3).

Importante

El patrón de colegios que afirman es Importante la formación musical en sus docentes, se describen así:

COL WESLEYANO DEL NORTE	USAQUEN	4
INST AMERICANO DEL NORTE	USAQUEN	3
JARD INF AMIGOS PARA SIEMPRE	USAQUEN	3
JARD INF SEMILLITAS DE AMOR	USAQUEN	4
JARD INF CAMP MI BELLA IMAGEN	USAQUEN	3
JARD Y GUARD PIQUIN Y COCOL	SUBA	4
JARD INF COMENCEMOS A VIVIR	SUBA	4
PREESC MI MUNDO DE COLORES	SUBA	3
GIMN MODERNO ESDRA	SUBA	3
INST COPESAL	SUBA	3
COL SAN SIMON	SUBA	3
LIC MODERNO MI MUNDO IDEAL	SUBA	3
LIC PSICOPEDAG MORATO	SUBA	3
COL EINSTENIANO	SUBA	3
GUARD Y JARD INF LOS PILOSITOS	SUBA	3
JARD INF GIMN CASTELLO	SUBA	3
COL VILLA DEL NIÑO	SUBA	4

Proporción Importante por Estrato



Institución Estrato 3	12
Institución Estrato 4	5
Total	17

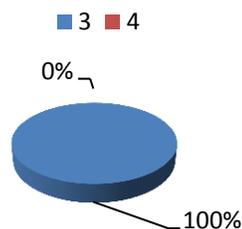
Se evidencia el 29% equivalente a 5 Instituciones de estrato cuatro (4) afirmaron que es importante la formación Musical en sus docentes de Pre Escolar, frente a un 71 % equivalente a doce (12) Instituciones que forman parte del estrato tres (3).

No tan Importante

El patrón de colegios que afirman es No tan Importante la formación musical en sus docentes, se describe así:

GIMN GEORGE BERKELEY	USAQUEN	3
COL EUCARISTICO MERCEDARIO	SUBA	3

Proporción No tan Importante por Estrato



Institución Estrato 3	2
Institución Estrato 4	0
Total	2

Se evidencia que el 100 % de las Instituciones que calificaron como No es tan importante la formación de los docentes de Pre Escolar en Música son pertenecientes al estrato tres (3).

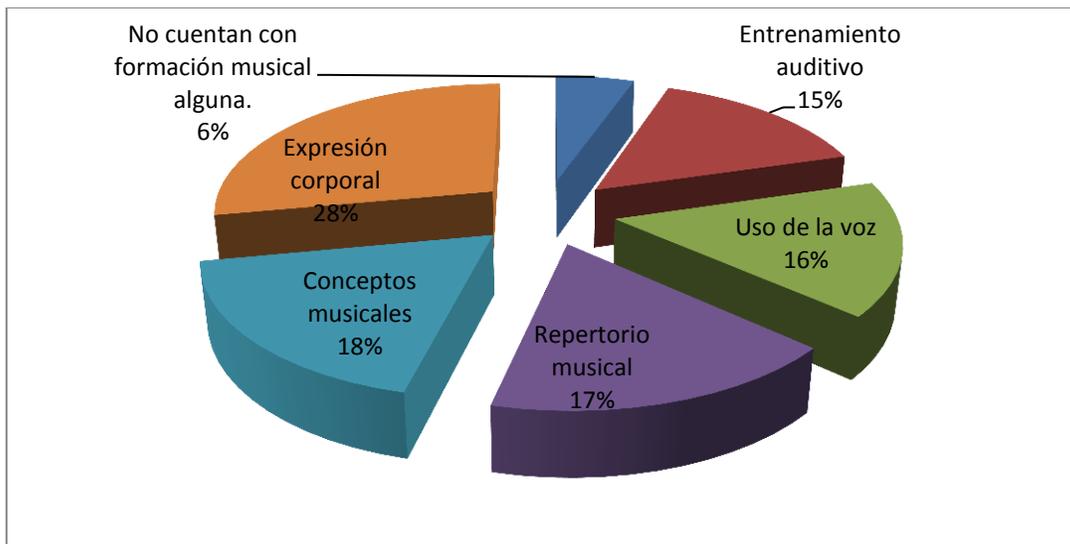
1.6. Pregunta 5

Los docentes de preescolar de su institución cuentan con formación en:

Resumen General

COMPETENCIA	SI	NO	NS/NR	¿Cuantos la tienen?
Uso de la voz	15	16	1	10
Conceptos musicales	17	15	0	10
Expresión corporal	26	6	0	10
Entrenamiento auditivo	14	18	0	10
Repertorio musical	16	13	3	10
No cuentan con formación musical alguna.	5	14	13	40





Se evidencia que entre las instituciones encuestadas expresión corporal sobre sale frente a las demás competencias caracterizadas con un 28%. Continúa conceptos musicales con el 18%, repertorio musical con el 17%, uso de la voz con el 16%, entrenamiento auditivo con el 15% y finalmente no cuentan con ninguna formación musical el 6% de las instituciones encuestadas y/o habilitadas a esta pregunta.

Existe una gran oportunidad de negocio para G Scholar, en orientar esfuerzos para lograr cubrir este tipo de requerimiento entre las instituciones.

18/32 : 51,42% Entrenamiento Auditivo: Es la necesidad sobre saliente frente a las instituciones encuestadas, hay un potencial mercado atractivo, que orientado con una estrategia solida de mercadeo, lograrán explotar esta oportunidad.

16/32 : 50 % Uso de la Voz: Es la segunda competencia mayormente requerida frente a las demás competencias.

15/32 : 46,87 % Conceptos Musicales: Es la tercera Competencia que refleja el estudio con mayor oportunidad de necesidad entre las instituciones encuestadas.

13/32 : 40,62 % Repertorio Musical: Es la Cuarta Competencia frente al estudio con mayor requerimiento frente a las demás competencias.

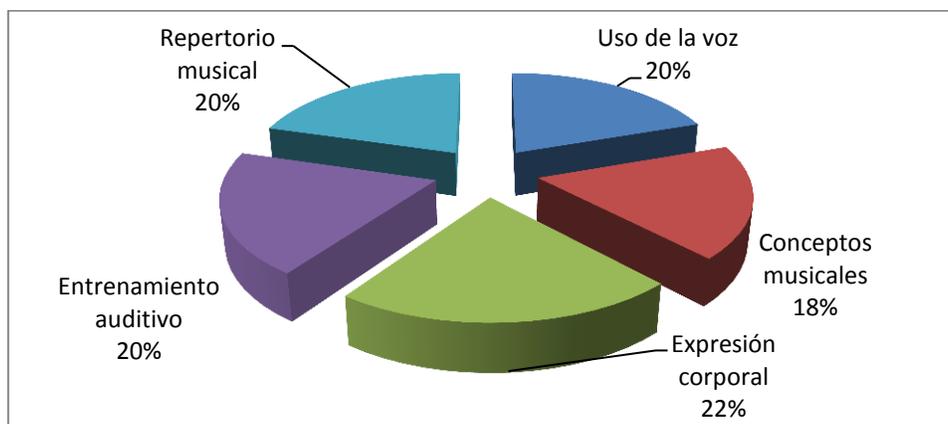
1.7. Pregunta 6

¿Si existiera un taller con formación en las competencias que se mencionan a continuación, estaría interesado en enviar a sus docentes a uno o a alguno de ellos a tomar dicho taller?

Resumen General

COMPETENCIA	SI	NO	NS/NR	Total
Uso de la voz	26	4	2	32
Conceptos musicales	24	7	1	32
Expresión corporal	29	2	1	32
Entrenamiento auditivo	26	5	1	32

Repertorio musical	27	3	2	32
--------------------	----	---	---	----



El análisis de esta pregunta se orienta a reafirmar el resultado de la pregunta 5. Puesto que en la misma se evidenciaba las oportunidades de negocio o de formación hacia los docentes en las instituciones encuestadas. Esta pregunta revela una desviación frente a la misma afirmación, donde:

Pregunta 5	No	4	Pregunta 5	Combinado	16	Pregunta 5	No	1
Pregunta 6	Si		Pregunta 6			No		
Pregunta 5	Si	10	Pregunta 5	Si	1			
Pregunta 6	Si		Pregunta 6	No				

El cuadro explica la relación entre la pregunta 5 y la pregunta 6. Dónde resaltamos la oportunidad más relevante, frente a las instituciones:

1. Las instituciones que afirmaron que sus docentes no tienen formación en las competencias de la pregunta 5 y tomarían talleres de esas competencias en la pregunta 6. Equivalen a cuatro (4) Instituciones siendo el 12,5% de las mismas encuestadas.

COL FUND LA PAZ
COL WESLEYANO DEL NORTE
LIC MODERNO MI MUNDO IDEAL
GIMN PINOSIERRA LAS ABEJITAS

2. Las instituciones que afirmaron que contaban con formación en las competencias en todas las Instituciones se caracterizó, que contaban con un docente en Música. Sin embargo por naturaleza de la pregunta, la misma orienta a la cobertura de los docentes de Pre escolar, donde las siguientes instituciones podrían ser también tenidas en cuenta por presentar interés en el servicio.

GIMN GEORGE BERKELEY
COL MARCO AURELIO NUMERIANO
INST AMERICANO DEL NORTE
GIMN CRUZ DE SAN JUAN

JARD INF LA CASITA DEL BOSQUE DE SUBA
LIC PSICOPEDAG MORATO
COL EINSTENIANO
JARD INF GIMN CASTELLO
COL VILLA DEL NIÑO
LIC SAMANIEGO

1.8. Pregunta 7

La capacitación en formación musical de los docentes de pre escolar de su institución educativa contribuye a mejorar en los estudiantes la:

Resumen General

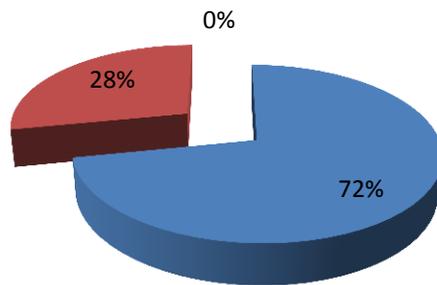
COMPETENCIA	SI	NO	NS/NR	Total
Comprensión	32	0	0	32
Discriminación auditiva	31	0	1	32
Vocalización	30	0	2	32
Memoria auditiva	28	1	3	32
Entonación	29	0	3	32
Otros				

Se evidencia que puede existir bastante reserva en reflejar la realidad de sus instituciones o puede también ser que consideran ser instituciones en progresivo mejoramiento frente a las competencias ofrecidas en sus programas de pre escolar en música. Frente al cuadro se evidencia que la mayoría de las instituciones en un 90 % promedio, generan valor en estas competencias a sus estudiantes.

1.9. Pregunta 8

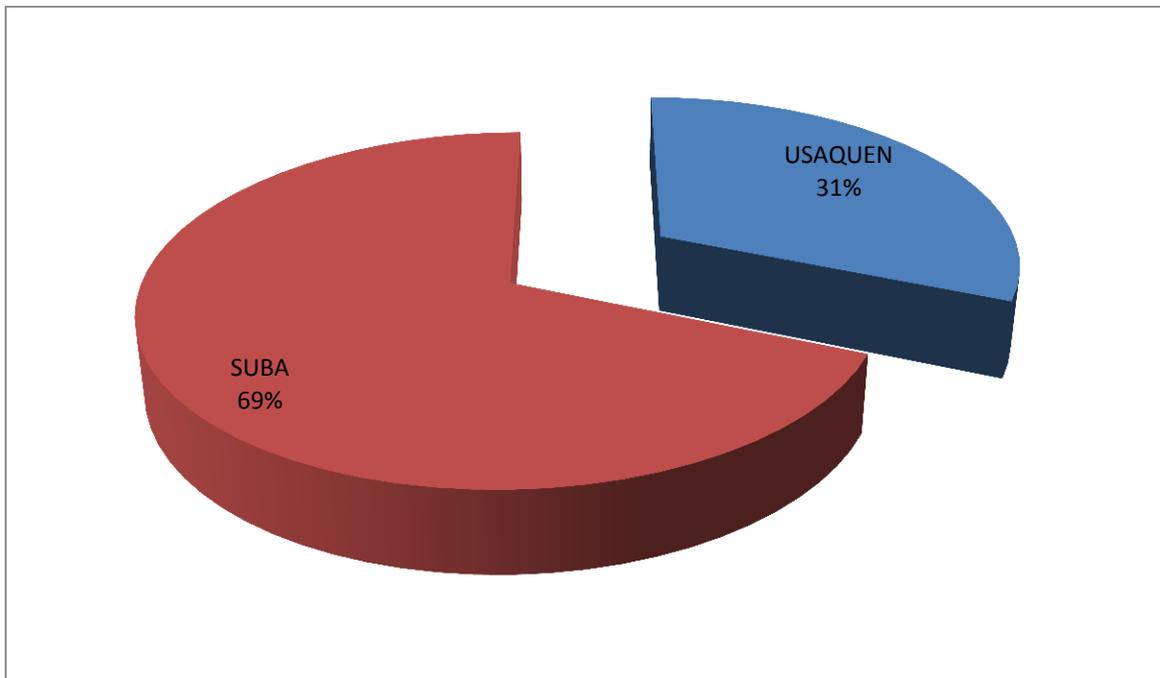
¿Estaría su Institución Educativa Interesada en realizar Cursos Periodicos de capacitación en formación musical a los docentes de Pre Escolar?

■ Sí ■ No ■ NS / NR



Sí	23
No	9
NS / NR	0
total	32

Se evidencia que el 72 % equivalente a 23 Instituciones encuestadas estaría interesado en tomar cursos de formación musical para los docentes de Pre escolar. Frente a un 28 % equivalente a 9 Instituciones que no presentaron interés en tomar el servicio de formación.



USAQUEN	10
SUBA	22
Total	32

De las Instituciones habilitadas a continuar respondiendo las preguntas restantes esta es la clasificación Demográfica de las mismas: Se evidencia que el 31% equivalente a diez (10) Instituciones forman parte de la Localidad de Usaquén, frente a un 69% equivalente a 22 Instituciones que forman parte de la Localidad de Suba.

Estrato 3	27
Estrato 4	5
Total	32

El anterior Cuadro evidencia la Realidad de estratificación según las instituciones habilitadas para responder las preguntas restantes.

Si

Clasificamos las Instituciones en color Rojo como alta probabilidad de lograr un acercamiento positivo frente a la presentación de una propuesta de servicio, además que fue consistente con lo afirmado en la Pregunta 6 y la Pregunta 8. El color azul son potenciales cliente atractivos con un riesgo sensiblemente mayor a los de color rojo de no tener un acercamiento con la institución.

TALLER INF PATICOS DEL MAR	USAQUEN	3
PREESC MI MUNDO DE COLORES	USAQUEN	3
LIC PSICOPEDAG MORATO	USAQUEN	3
LIC LA ALEGRIA DE APRENDER	USAQUEN	4
JARD Y GUARD PIQUIN Y COCOL	USAQUEN	3
JARD INF MELODIAS ENCANTADAS	USAQUEN	3
JARD INF LA CASITA DEL BOSQUE DE SUBA	USAQUEN	3
JARD INF COMENCEMOS A VIVIR	USAQUEN	3
JARD INF CAMP MI BELLA IMAGEN	SUBA	3
JARD INF AMIGOS PARA SIEMPRE	SUBA	3
INST COPESAL	SUBA	4
INST AMERICANO DEL NORTE	SUBA	3

GUARD Y JARD INF LOS PILOSITOS	SUBA	3
GIMN PINOSIERRA LAS ABEJITAS	SUBA	3
GIMN PEDAG ANDES	SUBA	3
GIMN MODERNO ESDRA	SUBA	3
GIMN GEORGE BERKELEY	SUBA	3
GIMN CRUZ DE SAN JUAN	SUBA	3
COL WESLEYANO DEL NORTE	SUBA	3
COL FUND LA PAZ	SUBA	3
COL GIOVANNI PASCOLI	SUBA	3
LIC SAMANIEGO	SUBA	3
JARD INF GIMN CASTELLO	SUBA	3

No

Los colegios a continuación presentados presentaron gran interés en la pregunta 6, pero en la pregunta ocho (8) no tomarían el servicio. Son instituciones con riesgo asociado a labores de mercadeo.

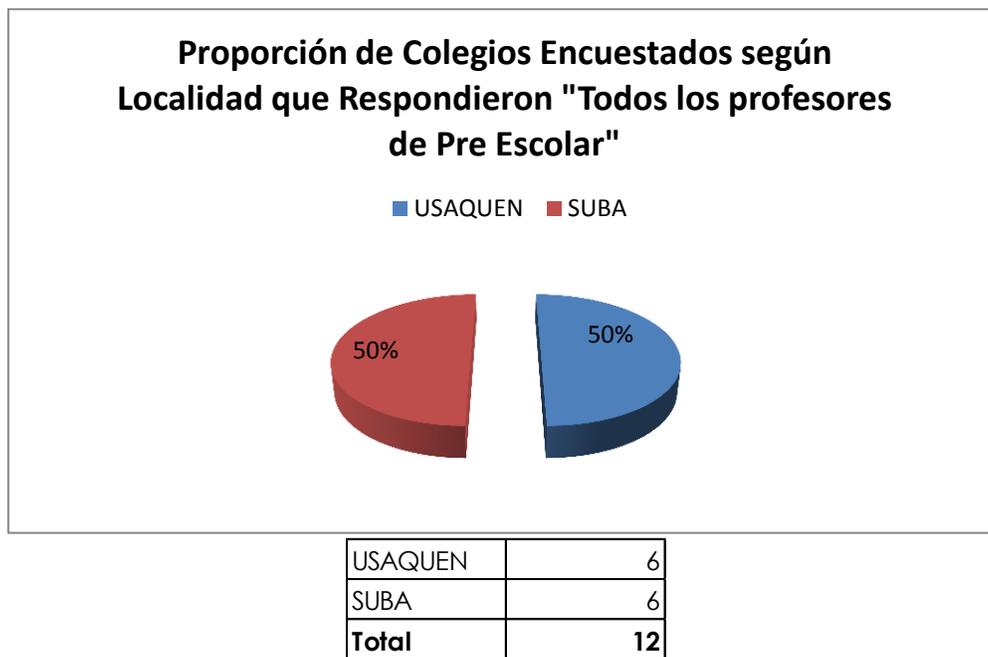
LIC MODERNO MI MUNDO IDEAL	USAQUEN	3
JARD INF SEMILLITAS DE AMOR	USAQUEN	3
GIMN DE LOS CERROS	SUBA	3
COL SAN SIMON	SUBA	3
COL PARROQUIAL RINCON DE SUBA	SUBA	4
COL EINSTENIANO	SUBA	4
COL EUCARISTICO MERCEDARIO	SUBA	3
COL MARCO AURELIO NUMERIANO	SUBA	4
COL VILLA DEL NIÑO	SUBA	3

1.10. Pregunta 9

¿Considera usted que el taller de formación musical debe ser dictado a todo el grupo de profesores de Pre Escolar de su Institución o, alternativamente, a determinados profesores que requieran profundizar sus estudios en las competencias musicales enunciadas?

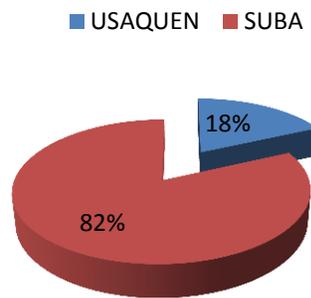


Se evidencia que el 48% de las instituciones encuestadas afirman que tomarían el servicio individualmente a determinados profesores, lo cual equivaldría a 11 Instituciones. Frente a 52% de las Instituciones encuestadas que equivalen a 12, donde tomarían el curso todos los profesores de Pre escolar.



Frente a la Pregunta 8, de Diez (10) Instituciones habilitadas para responder esta pregunta de la Localidad de Usaquén frente a veinte dos (22) de la Localidad de Suba. Se evidencia que la Las instituciones de Usaquén tienen un mayor sentido de integración de su cuerpo docente frente a las de la Localidad de Suba.

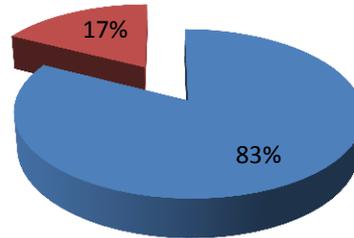
**Proporción de Colegios Encuestados según
Localidad que Respondieron "Individualmente a
determinados profesores"**



USAQUEN	2
SUBA	9
Total	11

¿Que Valor Estaría dispuesto a pagar por persona, por un taller en formación musical para docentes de Pre Escolar, con una intensidad horaria de 16 horas?

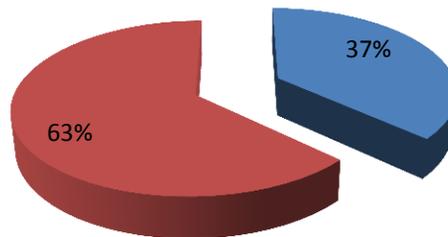
■ Entre 200.000 - 300.000 ■ El valor me es Indiferente si hay Calidad



Entre 200.000 - 300.000	19
El valor me es Indiferente si hay Calidad	4
Total	23

Proporción de Instituciones por localidad que argumentaron pagar entre 200.000 - 300.000

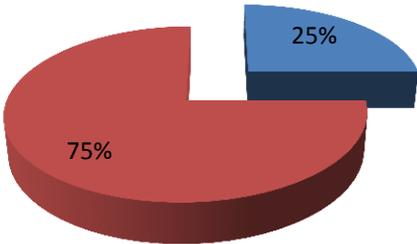
■ USAQUEN ■ SUBA



USAQUEN	7
SUBA	12
Total	19

Proporción de Instituciones por localidad que argumentaron El valor me es indiferente si hay calidad por Localidad

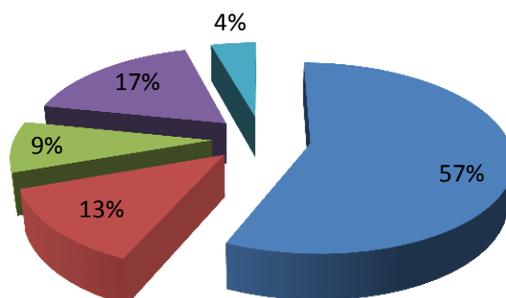
■ USAQUEN ■ SUBA



USAQUEN	1
SUBA	3
Total	4

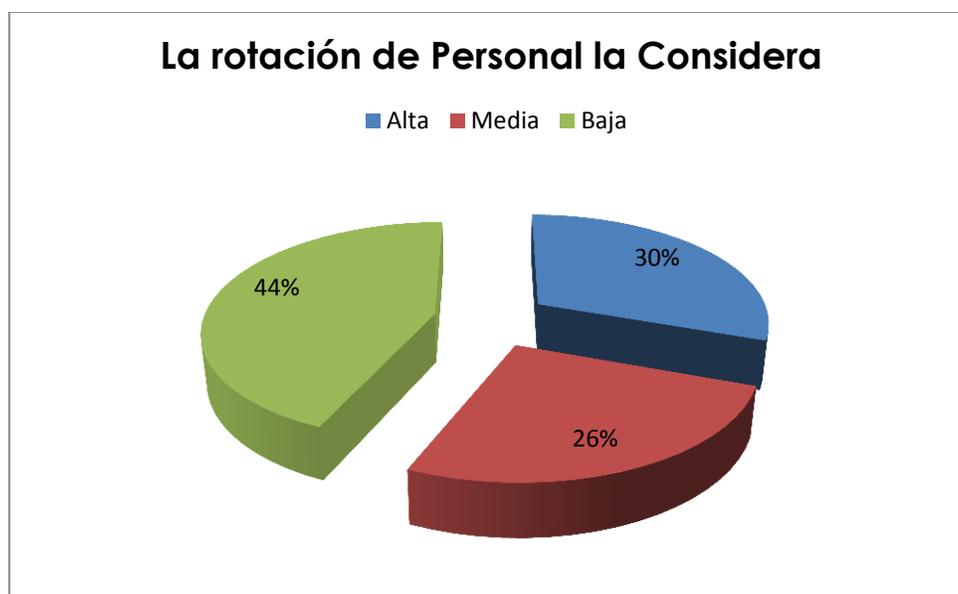
¿Qué otro servicio de formación en el área musical y artística estaría interesado en tomar para el mejoramiento del perfil de sus docentes de pre escolar, que impulsen una mejora practica en el aula?

■ Ninguna observación ■ Manejo de Instrumentos ■ Motricidad ■ Danza ■ Musica en Ingles



Ninguna observación	13
Manejo de Instrumentos	3
Motricidad	2
Danza	4
Musica en Ingles	1
Total	23

Se evidencia que hay oportunidad de negocio en las sugerencias realizadas por los encuestados.



Alta	7
Media	6
Baja	10
Total	23

Alta

Dos de las Instituciones que presentaban interés en tomar el servicio presentan una alta rotación en su personal, por lo que podría no ser una estrategia de la institución en invertir en entrenamiento en su personal.

LIC PSICOPEDAG MORATO	USAQUEN	3
LIC LA ALEGRIA DE APRENDER	USAQUEN	4
JARD Y GUARD PIQUIN Y COCOL	USAQUEN	3
JARD INF CAMP MI BELLA IMAGEN	SUBA	3
GIMN PEDAG ANDES	SUBA	3
GIMN CRUZ DE SAN JUAN	SUBA	3
COL GIOVANNI PASCOLI	SUBA	3

Media

Estadísticamente no se cuenta con información que pueda soportar la clasificación de media o alta, pero conceptualmente la alternativa es válida, frente a la percepción del encuestado. A continuación se presenta las instituciones con rotación medianamente riesgosa. Las instituciones las clasificamos como medianamente riesgosas para sugerir servicios, ya que podría ser una alternativa el invertir en este tipo de servicio, pero con reservas de hacerlo.

JARD INF MELODIAS ENCANTADAS	USAQUEN	3
JARD INF AMIGOS PARA SIEMPRE	SUBA	3

INST COPEPAL	SUBA	4
GIMN MODERNO ESDRA	SUBA	3
GIMN GEORGE BERKELEY	SUBA	3
COL WESLEYANO DEL NORTE	SUBA	3

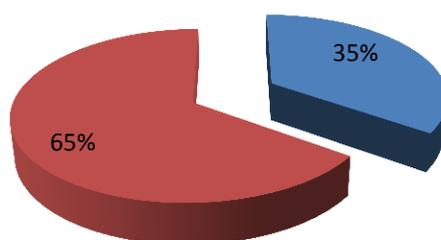
Baja

Sugerimos que dentro de dar inicio a la idea de negocio G Scholar pueda abordar a los colegios resaltados en este cuadro. Ya que debido a los filtros realizados entre las diferentes preguntas, son los que presentan mayor consistencia entre sus argumentos y además son instituciones que tienen probabilidad de invertir en entrenamiento esperando retribución o resultado de su inversión en su personal.

TALLER INF PATICOS DEL MAR	USAQUEN	3
PREESC MI MUNDO DE COLORES	USAQUEN	3
JARD INF LA CASITA DEL BOSQUE DE SUBA	USAQUEN	3
JARD INF COMENCEMOS A VIVIR	USAQUEN	3
INST AMERICANO DEL NORTE	SUBA	3
GUARD Y JARD INF LOS PILOSITOS	SUBA	3
GIMN PINOSIERRA LAS ABEJITAS	SUBA	3
COL FUND LA PAZ	SUBA	3
LIC SAMANIEGO	SUBA	3
JARD INF GIMN CASTELLO	SUBA	3

Proporción de Instituciones por Localidad que Respondieron la Pregunta 12

■ USAQUEN ■ SUBA



USAQUEN	8
SUBA	15
Total	23

Relación de Activos necesarios para la prestación de los servicios.					
No	Construcciones, bodegas y locales	Unidad de medida	Precio Unitario	Cantidad	Total
1	Oficina en alquiler	1	\$800.000	1	\$800.000
				Total	\$800.000
No	Vehiculos de transporte y carga.	Unidad de medida	Precio Unitario	Cantidad	Total
1	No aplica para los servicios				\$0
No	Maquinaria y equipo de producción	Unidad de medida	Precio Unitario	Cantidad	Total
1	No aplica para los servicios				\$0
				Total	\$0
No	Muebles y Enseres	Unidad de medida	Precio Unitario	Cantidad	Total
1	Escritorios	Unidad	\$300.000	3	\$900.000
2	Sillas de trabajo	Unidad	\$150.000	3	\$450.000
3	Mesa de reuniones	Unidad	\$30.000	1	\$30.000
4	Sillas de reunión	Unidad	\$80.000	6	\$480.000
5	Biblioteca de entrepaños	Unidad	\$150.000	1	\$150.000
				Total	\$2.010.000
No	Legalización y licencias de funcionamiento	Unidad de medida	Precio Unitario	Cantidad	Total
1	Suite de oficina - Libreoffice	Unidad	\$0	3	\$0
2	Administrador de Correo - Thunderbird	Unidad	\$0	3	\$0
				Total	\$0
No	Computadores y otros equipos de oficina.	Unidad de medida	Precio Unitario	Cantidad	Total
1	Computadores portatiles con licencia Win 8	Unidad	\$1.200.000	3	\$3.600.000
2	Impresora Laser a color	Unidad	\$450.000	1	\$450.000
3	Telefonos con servicios de extensión	Unidad	\$120.000	3	\$360.000
4	Materiales de oficina (grapadora-perforador)	Kit	\$30.000	3	\$90.000
	Total				\$4.500.000
No	Otras Inversiones pre - operativas	Unidad de medida	Precio Unitario	Cantidad	Total
1	Adecuación de oficina	Contrato	\$1.000.000	1	\$1.000.000
2	Cafetera	Unidad	\$150.000	1	\$150.000
3	Celulares	Unidad	\$150.000	3	\$450.000
4	Gastos de contitución de empresa	Unidad	\$1.000.000	1	\$1.000.000
				Total	\$2.600.000

TOTAL DE INVERSIONES

\$9.910.000

Nombre del Servicio		TALLER DE VOZ	
ETAPA DE PREPARACION			
No	Actividades	Duración.	Responsable
1	Estudio prospectivo de interés del curso.	16	Secretaria.
2	Realización de visita a colegios interesados en el curso.	24	Dir. Pedagógico
3	Entrega de material promocional al colegio	1	Dir. Pedagógico
4	Envío de archivo de inscripción de docentes	1	Secretaria.
5	Verificación de inscripción y datos.	3	Secretaria
6	Verificación de consignación y pagos.	2	Secretaria
7	Reservar el sitio para la ejecución del taller.	1	Secretaria
8	Verificar disponibilidad de profesores	1	Secretaria
9	Contratar profesores para el taller.	2	Secretaria
	Alistar la logística asociada al desarrollo del taller	6	Secretaria
10	Realizar reunión informativa con el profesor y el personal de apoyo del taller	2	Dir. Pedagógico
	Subtotal	59	
ETAPA DE PRESTACION DEL SERVICIO			
No	Actividades	Duración.	Responsable
1	Alistamiento y recepción del sitio	2	Docente
2	Prestación del taller	16	Docente
3	Recolección de material y entrega del sitio	2	Docente
4	Revisión de parámetros de calidad del curso	1	Dir. Pedagógico
	Subtotal	21	
ETAPA DE VERIFICACION DEL SERVICIO			
No	Actividades	Duración.	Responsable
1	Diligenciamiento de Encuestas de satisfacción	1	Director Pedagógico
2	Reunión de cierre con docentes	1	Director Pedagógico
3	Llamadas a colegios para verificación de percepción del cliente	2	Director Pedagógico
	Subtotal	4	
TOTAL TIEMPO DE SERVICIO		84	

Costos directos del servicio										
Etapa de preparación.										
No.	Actividad	Tiempo Actividad	Responsable	Valor Hora	Subtotal	Insumos Necesarios	Valor Unitario	Subtotal	Total	
1	Estudio prospectivo de interés del curso	16	Secretaria	\$5.091	\$81.456	Telefono + Internet + Computador	\$800	\$12.800	\$94.256	
2	Realización de visita a colegios interesados en el curso	24	Dir. Pedagógico	\$8.225	\$197.400	Automovil	\$8.000	\$192.000	\$389.400	
4	Envio de archivos de inscripción de docentes.	1	Secretaria	\$5.091	\$5.091	Telefono + Internet + Computador	\$800	\$800	\$5.891	
5	Verificación de inscripción y datos.	3	Secretaria	\$5.091	\$15.273	Telefono + Internet + Computador	\$800	\$2.400	\$17.673	
6	Verificación de consignación y pagos.	2	Secretaria	\$5.091	\$10.182	Telefono + Internet + Computador	\$800	\$1.600	\$11.782	
7	Reservar el sitio para la ejecución del taller.	1	Secretaria	\$5.091	\$5.091	Telefono + Internet + Computador	\$800	\$800	\$5.891	
8	Verificar disponibilidad de profesores.	1	Secretaria	\$5.091	\$5.091	Telefono + Internet + Computador	\$800	\$800	\$5.891	
9	Contratar profesores para el taller.	2	Secretaria	\$5.091	\$10.182	Telefono + Internet + Computador + papeleria	\$800	\$1.600	\$11.782	
	Alistar l alogística asociada al desarrollo del curso.	6	Secretaria	\$5.091	\$30.546	Telefono + Internet + Computador + material digital del curso	\$800	\$4.800	\$35.346	
10	Realizar reunión informativa con el profesor y el personal de apoyo del taller.	2	Dir. Pedagógico	\$8.225	\$16.450	Sala de reuniones + refrigerios	\$5.000	\$10.000	\$26.450	
							Total Preparación.		\$604.362	
Etapa de prestación del servicio.										
No.	Actividad	Tiempo Actividad	Responsable	Valor Hora	Subtotal	Insumos Necesarios	Valor Unitario	Subtotal	Total	
11	Alistamiento y recepción del sitio. (0,5h x dia de taller * 4 dias)	2	Docente	\$5.091	\$10.182	Lista de Verificación (4 formatos)	\$100	\$400	\$10.582	
12	Desarrollo del taller (4 horas * dia * 4 dias)	16	Docente	\$25.000	\$400.000	Salón de eventos + videobeam + equipos (4 dias)	\$140.000	\$560.000	\$960.000	
13	Alistamiento y entrega del sitio. (0,5h x dia de taller * 4 dias)	2	Docente	\$5.091	\$10.182	Lista de Verificación (4 formatos)	\$100	\$400	\$10.582	
14	Verificación de parámetros de calidad del curso. (1 hora * sesion * 4sesiones)	4	Dir. Pedagógico	\$8.225	\$32.900	Lista de Verificación (4 formatos)	\$100	\$400	\$33.300	
18							Total Prestación		\$1.014.464	
Etapa de verificación del servicio.										
No.	Actividad	Tiempo Actividad	Responsable	Valor Hora	Subtotal	Insumos Necesarios	Valor Unitario	Subtotal	Total	
19	Diligenciamiento de encuestas de satisfacción del usuario con el taller	1	Dir. Pedagógico	\$8.225	\$8.225	Formatos y fotocopias	\$100	\$1.800	\$10.025	
20	Reunión de cierre con Docentes	1	Dir. Pedagógico	\$8.225	\$8.225	Sala de reuniones + refrigerios	\$5.000	\$5.000	\$13.225	
21	Llamadas de verificación de satisfacción a Colegios	2	Dir. Pedagógico	\$8.225	\$16.450	Telefono + Internet + Computador + papeleria	\$800	\$1.600	\$18.050	
							Total Verificación		\$41.300	
	Total tiempo de Servicio	45	Valor total del servicio						\$1.660.126	
			Costo aproximado por estudiante. (18 Estudiantes)						\$92.229	

Personal de Planta de G Scholar								
Gerente General			Director Pedagógico			Secretaria		
Sueldo básico	%	\$ 2.000.000	Sueldo básico	%	\$ 1.300.000	Sueldo básico	%	\$ 750.000
EPS	8%	\$ 170.000	EPS	8%	\$ 110.500	EPS	8%	\$ 63.750
Pensiones	13%	\$ 240.000	Pensiones	13%	\$ 156.000	Pensiones	13%	\$ 90.000
ARP		\$ 10.440	ARP		\$ 6.786	ARP		\$ 3.915
Sena		\$ 40.000	Sena		\$ 26.000	Sena		\$ 15.000
Bienestar Familiar		\$ 60.000	Bienestar Familiar		\$ 39.000	Bienestar Familiar		\$ 22.500
Caja Compensación	9%	\$ 80.000	Caja Compensación	9%	\$ 52.000	Caja Compensación	9%	\$ 30.000
Aux. de transporte		\$ -	Aux. de transporte		\$ -	Aux. de transporte		\$ 70.500
Prima	15días/12	\$ 166.667	Prima	15días/12	\$ 108.333	Prima	15días/12	\$ 68.375
Cesantias	1mes/12	\$ 166.667	Cesantias	1mes/12	\$ 108.333	Cesantias	1mes/12	\$ 68.375
Intereses de cesantias	12%/12	\$ 20.000	Intereses de cesantias	12%/12	\$ 13.000	Intereses de cesantias	12%/12	\$ 8.205
Vacaciones		\$ 83.333	Vacaciones		\$ 54.167	Vacaciones		\$ 31.250
Valor Mes		\$ 3.037.107	Valor Mes		\$ 1.974.119	Valor Mes		\$ 1.221.870
Valor Hora	Valor Hora	\$ 12.655	Valor Hora	Valor Hora	\$ 8.225	Valor Hora	Valor Hora	\$ 5.091
Valor Anual		\$ 36.445.284	Valor Anual		\$ 23.689.428	Valor Anual		\$ 14.662.440

Información Extraída de: <http://www.linkempleo.com/Analista/CalculadorAnalista.aspx>

PROYECCION DE GASTOS DE LA EMPRESA

Gastos Generales	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Arriendos					
Terrenos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Locales	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Oficinas	\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.072.000	\$11.564.000
Servicios					
Teléfono	\$1.329.252	\$1.395.715	\$1.465.500	\$1.533.071	\$1.601.195
Internet. Banda Ancha	\$964.800	\$1.013.040	\$1.063.692	\$1.112.736	\$1.162.182
Teléfono Celular	\$2.668.320	\$2.801.736	\$2.941.823	\$3.077.462	\$3.214.214
Agua	\$1.440.000	\$1.512.000	\$1.587.600	\$1.660.800	\$1.734.600
Energia	\$1.200.000	\$1.260.000	\$1.323.000	\$1.384.000	\$1.445.500
Gastos Administrativos					
Gastos legales	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Seguros y Vigilancia	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Depreciación edificios y locales	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Depreciación computadores	\$1.321.500	\$1.387.575	\$1.456.954	\$1.524.130	\$1.591.857
Depreciación de muebles y enseres	\$160.500	\$168.525	\$176.951	\$185.110	\$193.336
Dotaciones	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Papeleria	\$2.400.000	\$2.520.000	\$2.646.000	\$2.768.000	\$2.891.000
Aseo	\$2.400.000	\$2.520.000	\$2.646.000	\$2.768.000	\$2.891.000
Cafetería.	\$1.800.000	\$1.890.000	\$1.984.500	\$2.076.000	\$2.168.250
Gastos Mercadeo y Publicidad					
Pagina Web.	\$1.200.000	\$1.260.000	\$1.323.000	\$1.384.000	\$1.445.500
Material publicitario	\$2.400.000	\$2.520.000	\$2.646.000	\$2.768.000	\$2.891.000
Empaque	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Transportes	\$4.800.000	\$5.040.000	\$5.292.000	\$5.536.000	\$5.782.000
Depreciación Vehiculos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Dotaciones	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0

PROYECCION DE GASTOS DE LA EMPRESA

Gastos Generales	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Gastos financieros					
Comisión Tarjetas de Credito	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Intereses de préstamos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
4x1000		\$0	\$0		\$0
Cuota manejo tarjeta debito	\$120.000	\$126.000	\$132.300	\$138.400	\$144.550
Cheques de gerencia	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Gastos de Nómina					
Gerente General	\$36.445.284	\$38.267.548	\$40.180.926	\$42.033.561	\$43.901.382
Director Pedagógico	\$23.689.428	\$24.873.899	\$26.117.594	\$27.321.807	\$28.535.890
Secretaria	\$14.662.440	\$15.395.562	\$16.165.340	\$16.910.681	\$17.662.131
Total de Gastos.	\$108.601.524	\$114.031.600	\$119.733.180	\$125.253.758	\$130.819.586