ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

FORMULACIÓN DE UN PROYECTO PARA EL SERVICIO

Y CUIDADO DE ……

APRENDIZ 1

APRENDIZ 2

APRENDIZ 3

APRENDIZ 4

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA

GESTION DE PROYECTOS DE DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL

(Ficha) XXXXXX

SANTIAGO DE CALI XXXX

ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

CONTENIDO

Pág.

RESUMEN EJECUTIVO …….

1. INTRODUCCIÓN…….

2. DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DE LA SITUACION PROBLEMA ……. 11

3. DEFINICIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO (Planteamiento de producto o servicio (solución del problema))……...……. 12

4. JUSTIFICACIÓN……. 13

5. OBJETIVO GENERAL…….. 14

6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS……. 15

7. METODOLOGÍA…….

8. ANÁLISIS DEL MERCADO…….. 16

8.1 Análisis del Sector
8.2 Análisis del Mercado – Clientes
8.3 Segmentación del Mercado
8.4 Perfil del Cliente
8.5 Análisis de la Competencia
8.6. Ventaja competitiva
8.7 Investigación del Mercado
8.8 Estrategias de Mercado
8.8.1 Concepto del Servicio
8.8.2 Estrategia de Distribución
8.8.3 Estrategia de Precios
8.8.4 Estrategias de Promoción
8.8.5 Estrategia de Publicidad
8.8.6 Estrategias de Servicios
8.8.7 Estrategias de Aprovisionamiento
8.9 Presupuesto de la Mezcla de Mercado
8.10 Política de Cartera

9. ESTUDIO TÉCNICO…… 33

9.1 Ficha Técnica del Producto o Servicio

9.2 Estado de Desarrollo
9.3 Localización del Proyecto
9.4 Análisis de Materias Primas, Insumos, Mercancías
9.5 Análisis de Proveedores
9.6 Distribución de Planta
9.7 Proceso de Producción
9.8 Maquinarias y Equipos
9.9 Plan de Compras de Materias Primas
9.10 Estrategias de Producción
9.11 Capacidad de Producción
9.12 Plan de Producción (proyección de unidades a fabricar en 5 años)

10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO…… 47

10.1 Análisis FODA
10.2 Organismos de Apoyo
10.3 Estructura Organizacional
10.3.1. Estructura y organigrama
10.3.2. Perfiles de Cargos
10.3.3. Manuales de funciones
10.3.4. Asignación salarial
10.4 Aspectos Legales

11. ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA…….. 59

11.1 Ingresos
11.2 Costos
11.3 Egresos
11.3.1 Gastos de Puesta en Marcha
11.3.2 Gastos de Personal
11.3.3 Gastos de Administración y Ventas
11.4 Evaluación Financiera
11.4.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)
11.4.2 Valor Presente Neto (VPN)
11.4.3 Flujo de Efectivo
11.4.4 Indicadores Financieros
11.4.5 Balance General – Análisis Vertical
11.4.6 Estado de Resultados - Análisis Vertical

12. PLAN OPERATIVO (cronograma de actividades y de manejo del recurso financiero con el uso de plantilla) …… 70

13. ESTUDIO DE IMPACTOS SOCIALES …… 71

13.1 Metas Sociales del Proyecto
13.2 Plan de Desarrollo Nacional, Departamental y Municipal

14. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL …… 74

14.1 Investigar, Caracterizar y Conocer el Ambiente donde se Desarrollará el Proyecto
14.2 Inventario y Valoración ambiental
14.3 Previsión de Impactos
14.4 Evaluación de Impactos
14.5 Programa de Vigilancia y Control

15. CONCLUSIONES (se basan en los objetivos planteados) …….

16. RECOMENDACIONES (lo que hace falta para alcanzar los objetivos planteados).

17. BIBLIOGRAFIA…….. 83

ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

LISTA DE TABLAS

EJEMPLO:

Pág.

Tabla 1: Análisis de la Competencia……..20
Tabla 2: Evaluación de la Competencia……...……....21
Tabla 3: Tamaño de Población…….....……....23
Tabla 4. Presupuesto de Mezcla de Mercadeo……...32
Tabla 5: Ficha Técnica del Servicio……...33
Tabla 6: Insumos……35
Tabla 7: Proveedores……...……...36
Tabla 8: Equipos y Herramientas……...……43
Tabla 9: Análisis DOFA……..……..……47
Tabla 10: Ficha Técnica Cargo Gerente……..…..49
Tabla 11: Ficha Técnica Cargo Secretaria……...……..50
Tabla 12: Ficha Técnica Cargo Director de Mercadeo……..……50
Tabla 13: Ficha Técnica Cargo Oficios Varios…….……51
Tabla 14: Contaminación del Aire……77
Tabla 15: Invasión del Espacio Público …….……...……78
Tabla 16: Contaminación generada por XXXXXX...……. 78

ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

LISTA DE FIGURAS

EJEMPLO

Pág.

Figura 1. Comunas de la Ciudad de Cali……...16
Figura 2. Territorio de la Comuna 17……..……....18
Figura 3. Encuesta…….....25
Figura 4. Representación de Resultados…….…..26
Figura 5: Representación de Resultados.……..……26
Figura 6: Representación de Resultados.……..……27
Figura 7. Volante de Publicidad…..……..30
Figura 8: Ubicación Geográfica de XXXXXXX …… 37
Figura 9: Ubicación Geográfica De ganado S.A……...37
Figura 10: Ubicación Geográfica Jep Mobiliari……..……..38
Figura 11: Ubicación Geográfica Artes Gráficas Mercurio…….……38
Figura 12: Ubicación Geográfica Tradetech Colombia……..……..……39
Figura 13: Distribución de Planta…….…40
Figura 14: Flujograma del Proceso de Producción……....41
Figura 15: Proyección de Compra de Insumos para Guardería…….……....44
Figura 16: Proyección de Compra de Insumos para Entrenamiento ……..…….44
Figura 17: Plan de Producción para Guardería…….……..……..45
Figura 18: Plan de Producción para Entrenamiento…….……46
Figura 19: Organigrama……..……..…52
Figura 20: Imagen Corporativa……..…52
Figura 21: Logotipo Servicio de Guardería…….…..53
Figura 22: Logotipo Servicio de Entrenamiento……...54
Figura 23: Proyección de Ingresos por Ventas……..59
Figura 24: Costos de Fabricación.……60
Figura 25: Gastos de Puesta en Marcha……61
Figura 26: Gastos de Personal…….……..62
Figura 27: Gastos Administrativos……63
Figura 28: Tasa Interna de Retorno…….……64
Figura 29: Flujo de Efectivo……..65
Figura 30: Indicadores Financieros…….……..67
Figura 31: Balance General……...……68
Figura 32: Estado de Resultados…….…..69
Figura 33: Plan Operativo……..……...70
Figura 34: Cadena de Valor…….……...73
Figura 35: Resumen de las Inversiones……..…77
Figura 36: Proyección de Ventas……..……..…82
Figura 37: Rentabilidad……..…82

ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo es una síntesis de los puntos más importantes que conforman un plan de negocios, por lo que constituye la primera parte del mismo; sin embargo, debe ser elaborado al final del proyecto.

El objetivo que se persigue con la elaboración de un resumen ejecutivo, es que el lector tenga una visión general del plan de negocio, así como que logre una comprensión e interés en el proyecto, y en seguir leyendo el resto de las partes que conforman el plan.

En algunas ocasiones, el inversionista que lee el resumen ejecutivo, sólo basa su decisión en este, por lo que debemos poner especial atención al elaborarlo. Por lo general, todo resumen ejecutivo debería cumplir con los siguientes 3 requisitos:

- Explicar claramente en qué consiste el negocio: no importa cuán complejo sea el negocio, el resumen ejecutivo debe explicar lo más claramente posible en qué consiste.
- Crear interés en el lector: El resumen debe estar elaborado e tal manera que capte el interés del lector para que lo continúe hasta terminarlo.
- Ser un resumen: Para que resulte atractiva la lectura del resumen, éste no debe exceder de 3 páginas, aunque lo recomendable es que sea sólo una.

A continuación veamos los elementos que debería incluir un resumen ejecutivo:

- Los datos básicos del negocio: el nombre del proyecto o negocio, su ubicación, el giro de la empresa, etc.
- La descripción del negocio: en qué consiste el negocio, el producto o el servicio que se va a ofrecer, cuáles son sus principales características, etc.
- Las características diferenciadoras: aquello que se va a ofrecer, que sea innovador y novedoso, y que permita diferenciar o distinguir el producto o servicio del de la competencia.
- Las ventajas competitivas: En qué aspectos el producto o servicio tiene ventajas sobre la competencia.
- La visión y misión: La visión se refiere a la posición que los administradores desean que logre la empresa y la misión es la razón de ser del negocio.
- Las razones que justifican la propuesta del negocio: las razones por las que se ha encontrado atractiva la idea de negocio, es decir, las razones por las que se ha considerado la idea como una oportunidad de negocio.
- Los objetivos del negocio: los principales objetivos que se buscará una vez puesto en marcha el negocio.
- Las estrategias: las principales estrategias que se utilizará para conseguir los objetivos.
- El equipo de trabajo: las personas que llevarán a cabo el proyecto y las que lo administrarán.

- La inversión requerida: cuánto es lo que vamos a necesitar de inversión, cuánto usaremos de capital propio y cuánto es lo que estamos solicitando como financiamiento externo.
- La rentabilidad del proyecto: los resultados de los indicadores de rentabilidad utilizados.
- El impacto ambiental del proyecto: un resumen del impacto ambiental del negocio y cómo se disminuirá o controlará.
- Las conclusiones del proyecto: las conclusiones a las que se ha llegado una vez culminado el desarrollo del plan de negocios. Esta parte podría estar incluida al final del plan, después del estudio financiero.

El hecho de que los puntos anteriormente explicados, se hayan puesto en forma de lista, no significa que el resumen ejecutivo deba ser presentado de esa forma, ya que es recomendable que se escriba de corrido, es decir, un texto como tal, sin que se incluyan subtítulos, como se hace normalmente en el resto del plan.
Al escribirlo debemos tener en cuenta los dos principales objetivos del resumen ejecutivo que son el describir claramente el negocio, por lo debemos procurar que el lector sepa en qué consiste el negocio desde la lectura de la primera página. Y el generar interés en el lector, para lo cual debemos usar un lenguaje positivo, señalar claramente los factores que permitirán la viabilidad y sostenibilidad del proyecto, y no abarcar muchas páginas en su desarrollo.

EJEMPLO:

En la ciudad de San Juan de Pasto existe un vacío en cuanto a empresas organizadoras, promotoras y realizadoras de conciertos considerando que a pesar de que la ciudad cuenta con una clara oportunidad para desarrollar conciertos de grandes magnitudes y diferentes eventos culturales, las empresas ya existentes no se han encaminado en realizarlos, por lo que se ha querido desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa con estas características, para de esa manera ofrecerle a la sociedad conciertos con artistas de calidad y de diferentes géneros musicales que satisfagan a un grueso de la sociedad.

Para determinar la viabilidad del proyecto se desarrolló una investigación de mercados teniendo en cuenta las preferencias y hábitos de los habitantes pastusos que se encuentran entre los estratos 3 y 6, a través de fuentes primarias que arrojaron como resultado la aceptabilidad de una empresa de estas características. También se desarrolló un análisis técnico – operativo que permitió establecer los procedimientos claves para el desarrollo de la idea de negocio, un análisis administrativo que se enfocó en dar a conocer el personal necesario y la forma de proceder del mismo, un análisis legal que enfoca a la empresa para desenvolverse bajo las normas impuestas por la ley y finalmente un estudio económico – financiero que permitió saber la viabilidad del proyecto.

Se espera que la empresa en lo que resta del año 2009 tenga ingresos estimados en $1’055.520.000 con unas utilidades brutas de $333’711.310. El presente proyecto es resultado del requisito académico establecido por la Pontificia Universidad Javeriana para que el autor opte al título de Administrador de Empresas.

ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

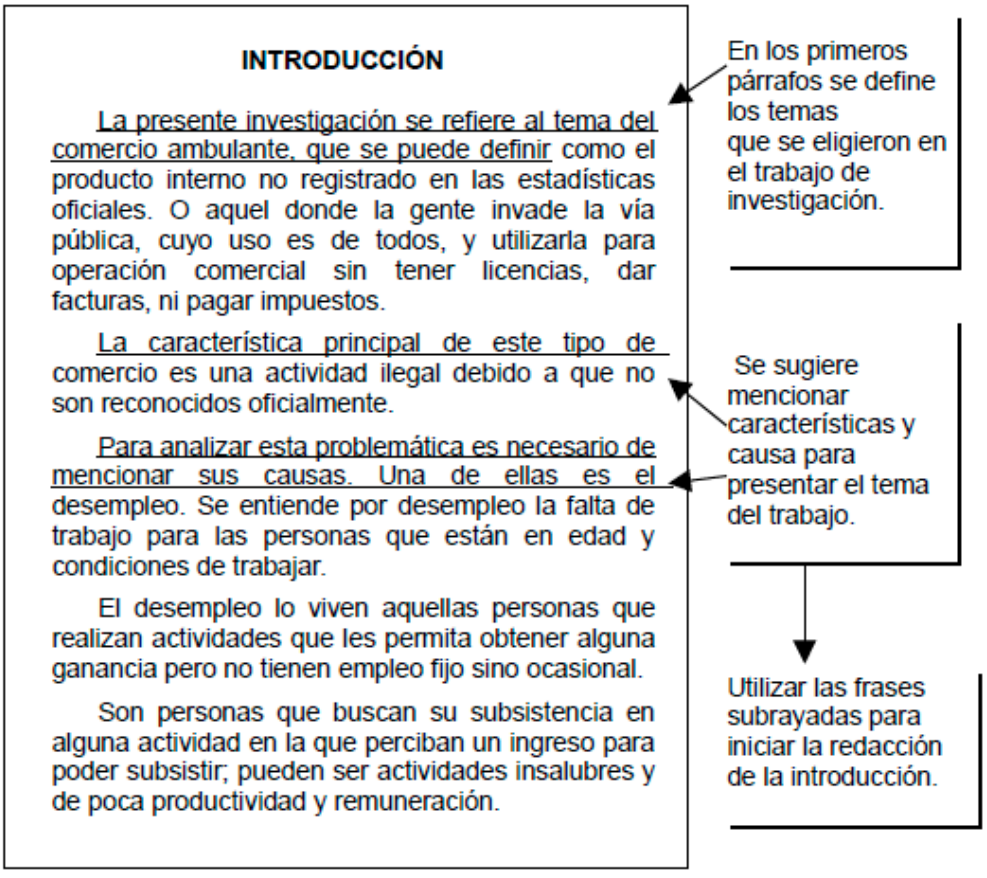
1. INTRODUCCIÓN

La introducción es la que da una idea somera, pero exacta de los diversos aspectos que componen el trabajo. Se trata, en última instancia, de hacer un planteamiento claro y ordenado del tema de la investigación, de su importancia de sus implicaciones, así como de la manera en que se ha creído conveniente abordar el estudio de sus diferentes elementos.

Una introducción obedece a la formulación de las siguientes preguntas:

- ☐ ¿Cuál es el tema del trabajo? ¿Por qué se hace el trabajo?
- ☐ ¿Cómo está pensado el trabajo?
- ☐ ¿Cuál es el método empleado en el trabajo?
- ☐ ¿Cuáles son las limitaciones del trabajo?

EJEMPLO:



INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema del comercio ambulante, que se puede definir como el producto interno no registrado en las estadísticas oficiales. O aquel donde la gente invade la vía pública, cuyo uso es de todos, y utilizarla para operación comercial sin tener licencias, dar facturas, ni pagar impuestos.

La característica principal de este tipo de comercio es una actividad ilegal debido a que no son reconocidos oficialmente.

Para analizar esta problemática es necesario de mencionar sus causas. Una de ellas es el desempleo. Se entiende por desempleo la falta de trabajo para las personas que están en edad y condiciones de trabajar.

El desempleo lo viven aquellas personas que realizan actividades que les permita obtener alguna ganancia pero no tienen empleo fijo sino ocasional.

Son personas que buscan su subsistencia en alguna actividad en la que perciban un ingreso para poder subsistir; pueden ser actividades insalubres y de poca productividad y remuneración.

ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

2. DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DE LA SITUACION PROBLEMA

Sirve para que el formulador del proyecto la viabilidad del proyecto en el marco de sus recursos y se desarrolla mediante:

1. Presentación general de la situación actual del sector productivo objetivo
2. Afirmar y estructurar más la idea productiva

Características:

- Va de lo general a lo específico
- Ser conciso con lo redactado
- Las ideas deben estar conectadas

Cómo se formula:

- Antecedentes
- Diagnóstico actual
- Fundamentación

EJEMPLO:

ANTECEDENTES Se puede comenzar comentando que los conciertos musicales hacen parte del grupo de diversión, cultura y esparcimiento y este a su vez pertenece a uno de los ocho grupos que componen el índice de precios al consumidor por grupo de gasto de la canasta familiar colombiana, como se observa en el cuadro que se presenta a continuación:

Tabla 1

IPC por Grupos de Gasto (2008)

Grupo	IPC
1	Alimentos
2	Vivienda
3	Vestuario
4	Salud
5	Educación
6	**Diversión, cultura y esparcimiento**
7	Transporte y comunicaciones
8	Otros Gastos

Fuente: DANE

Así mismo se puede observar el comportamiento que ha tenido el público colombiano en los últimos 15 años con relación a la asistencia a conciertos musicales1 para poder concluir que existe una evidente oportunidad de mercado para crear una empresa que promocione y realice conciertos musicales en la ciudad de San Juan de Pasto. En el Siglo XVII se empezaron a realizar conciertos musicales en Europa, la mayoría de música clásica. Estos eran dirigidos exclusivamente a personas cultas de un muy alto estrato social

ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

En Colombia a partir del siglo XX se empezaron a realizar recitales con gran acogida por el público colombiano lo que muestra que la motivación de las personas para asistir a conciertos viene de muchos años atrás.

Hace 40 años aproximadamente realizar un concierto musical en Colombia era un gran suceso ya que generalmente se realizaban muy pocos en el transcurso de un año y en un 95% los artistas contratados eran nacionales. Además los recintos donde se realizaban los conciertos eran teatros o auditorios de tamaños moderados que variaban entre 800 y 2.000 personas. Algunos de los recintos con esas características que se pueden destacar se relacionan en el siguiente cuadro:

Cuadro 1

RECINTOS PEQUEÑOS DONDE SE PUEDEN REALIZAR CONCIERTOS MÚSICALES EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE COLOMBIA Y SAN JUAN DE PASTO

LUGAR	AFORO	FECHA DE CONSTRUC.	CIUDAD	FUENTE DE INFORMACIÓN
Teatro Municipal Jorge Eliécer Gaitán	1,700	1890	Bogotá	www.teatrojorgeeliecer.gov.co
Teatro Colón	908	1892	Bogotá	www.mincultura.gov.co
La Media Torta	800	1938	Bogotá	www.mediatorta.gov.co
Teatro Municipal Enrique Buenaventura	1,039	1929	Cali	www.teatromunicipal.net
Teatro Jorge Isaacs	1,187	1930	Cali	www.teatrojorgeisaacs.com
Teatro Metropolitano	1,634	1987	Medellín	www.antioquiadigital.com

Debido a la escasez de medios de comunicación flexibles, baratos y a la complejidad de ubicar artistas extranjeros, en ese entonces no existían muchas empresas dedicadas a la promoción y realización de conciertos musicales sino que eran personas civiles que laboraban en otros tipos de negocios que aprovechaban sus ingresos y algunos contactos vinculados al medio artístico para negociar el contrato con un artista y por consiguiente la realización del evento de ser concretado.

A mediados de la década de los años ochenta con la aparición y desarrollo de nuevas tecnologías en muchos ámbitos como el de sonido, luces, pantallas, escenarios, herramientas de montaje, etc., los conciertos empezaron a realizarse en lugares más grandes como auditorios y coliseos deportivos con capacidades entre 3.000 y 10.000 personas aproximadamente . Entre los que se pueden destacar se relacionan en el siguiente cuadro:

Cuadro 2

RECINTOS MEDIANOS DONDE SE PUEDEN REALIZAR CONCIERTOS MÚSICALES EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE COLOMBIA Y SAN JUAN DE PASTO

LUGAR	AFORO	FECHA DE CONSTRUC.	CIUDAD	FUENTE DE INFORMACIÓN
Pabellones 11 - 16 Corferias	4,500	1954	Bogotá	Oficina Principal Corferias
Coliseo Evangelista	4,500	1954	Cali	www.worldstadiums.com

[4] Ibid ob. cit: 4.

Como punto negativo en esa etapa de transición, la de realizar conciertos en sitios pequeños a más grandes, se observó que la utilización de recintos no precisamente diseñados para realizar conciertos como estadios, coliseos, potreros, etc., es todavía en la actualidad un gran desafió tanto por los altos costos de montaje como el tiempo que lleva preparar la realización del concierto que se programe.

Como se comentó anteriormente es importante resaltar que el negocio de promoción y realización de conciertos musicales no se ha caracterizado por ser realizado por empresas cuyo objeto social particular sea la promoción y realización de conciertos. Solo es en las dos últimas décadas que han empezado a aparecer algunas empresas en Bogotá D.C.5 a manera de negocios formalmente establecidos con procesos operativos y comerciales estandarizados para la promoción y realización de conciertos tales como el contacto con el artista, métodos de negociación con los diferentes entes, medios de promoción, publicidad a ejecutar según la magnitud del evento, grupos de apoyo, hasta la realización del concierto como tal.

Así a partir de la década de los noventas se le ha dado un nuevo rumbo a la organización de eventos donde ya no solo se busca traer artistas nacionales a lugares pequeños sino que se ha procurado traer artistas de talla internacional a lugares muy grandes como centros deportivos, autódromos, estadios, coliseos, plazas de toros, parques con aforos de entre 10.000 y 50.000 personas. Entre los que se pueden destacar se relacionan en el siguiente cuadro:

Cuadro 3

RECINTOS GRANDES DONDE SE PUEDEN REALIZAR CONCIERTOS MÚSICALES EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE COLOMBIA Y SAN JUAN DE PASTO

LUGAR	AFORO	FECHA DE CONSTRUC.	CIUDAD	FUENTE DE INFORMACIÓN
Plaza de Toros La Santamaría	14,500	1931	Bogotá	www.worldstadiums.com
Estadio Nemesio Camacho "El Campín"	48,600	1938	Bogotá	www.worldstadiums.com
Coliseo Cubierto El Campín	25,000	1973	Bogotá	www.worldstadiums.com
Parque Simón Bolívar	80,000	1983	Bogotá	www.bogota.gov.co
Parque Jaime Duque	30,000	1983	Bogotá	Administración del parque
Autodromo de Tocancipá	35,000	1980	Bogotá	www.autodromos-sa.com
Palacio de los Deportes	10,000	1990	Bogotá	Oficina Principal
Estadio Pascual Guerrero	45,197	1937	Cali	www.worldstadiums.com
Plaza de Toros Cañaveralejo	16,815	1957	Cali	www.worldstadiums.com
Coliseo del Pueblo	18,000	1971	Cali	www.worldstadiums.com
Plaza de Toros La Macarena	18,000	1945	Medellín	www.worldstadiums.com
Estadio Atanasio Girardot	45,087	1953	Medellín	www.worldstadiums.com
Estadio Libertad	25,000	1954	Pasto	www.worldstadiums.com

[6] Ibid ob. cit: 3.

En Bogotá D.C. se han llegado a realizar conciertos en el parque Simón Bolívar con una audiencia de 90.000 personas. Esto demuestra que los conciertos musicales se han ido realizando cada vez en lugares más grandes, lo que ha permitido que los clientes potenciales de diferentes géneros musicales asistan a estos, a precios más asequibles y sin tener que viajar a otros países para poder disfrutar de espectáculos de esta índole. Aunque se puede observar en la tabla que se presenta a continuación que en los últimos ocho años la tasa de crecimiento de la población del país ha ido decreciendo, también es cierto que Colombia tiene una población grande con respecto a otros países latinoamericanos como Argentina y Chile que gozan de multitudinarios conciertos con gran frecuencia, lo que indica que en la actualidad se cuenta con un gran número de personas a las cuales se puede abordar y de esta manera pensar que este proyecto se puede convertir en una propuesta interesante para llevar a cabo debido a que la población colombiana ha ido gastando más dinero en eventos culturales y de entretenimiento.

Tabla 2

TASA DE CRECIMIENTO EN COLOMBIA (% POBLACIÓN) [9]

Año	Tasa de Crecimiento (%)
2000	1.68
2001	1.64

La realización de conciertos y eventos afines en la ciudad de San Juan de Pasto se centran en la época de los Carnavales de Negros y Blancos realizados los seis primeros días del mes de enero, ya que es cuando se contratan diferentes grupos de música tropical y folclórica para que esos grupos sean presentados como actividades complementarias a las diferentes ya programadas como desfiles, eventos culturales, corridas de toros por mencionar algunos.

En la mayoría de ocasiones los artistas son contratados por funcionarios de la oficina del carnaval que es manejada directamente por la alcaldía de San Juan de Pasto10, lo que muestra que los pocos conciertos que se realizan en la ciudad son promovidos y realizados directamente por la alcaldía.

Después de realizar una detallada investigación en la ciudad de San Juan de Pasto se pudo determinar que son dos las empresas registradas en Cámara de Comercio y cuatro empresas más las cuáles no se encuentran registradas en Cámara de Comercio bajo la razón social correspondiente a la promoción y realización de conciertos musicales o eventos afines o relacionados a estos que se encargan de contratar artistas para realizar eventos en la ciudad.

Es importante mencionar que cuatro de las seis empresas anteriormente mencionadas se dedican a realizar conciertos en discotecas pequeñas, contratando generalmente artistas de géneros de salsa y merengue. Otro de los empresarios esta ciento por ciento dedicado a la realización de conciertos del género vallenato y solo uno es el que promueve y realiza conciertos de toda clase de géneros en diferentes recintos.

Es importante dejar en claro que son pocas las veces que un artista ya sea nacional o internacional agrega una o más fechas en la ciudad de San Juan de Pasto como parte de la gira nacional ó mundial que este realizando, debido a que en la mayoría de ocasiones no existe una empresa que estudie las giras de los artistas o se arriesgue a hacer negociaciones tal vez por miedo al fracaso o a la falta de apoyo en la región.

Finalmente se quiere comentar que el autor del presente realizó investigaciones de talleres de grados relacionados a la promoción y realización de conciertos musicales como tal en diferentes universidades del país y no existe un proyecto concerniente a este tema. Por lo que resulta interesante pensar que el presente trabajo de grado puede servir como una base de investigación a futuros interesados en el tema y de esta manera ser el principio en un tema como el expuesto.

PREGUNTA GENERADORA DE LA INVESTIGACIÓN Después de haber revisado una breve historia de los conciertos en Colombia y en la ciudad de San Juan de Pasto, haber analizado al consumidor colombiano que asiste cada vez más a conciertos musicales, que no existen muchas

empresas dedicadas a este negocio y que la tecnología permite manejar procesos más baratos en todos los aspectos que involucran el evento, surgen las siguientes preguntas:

¿Qué factores y elementos claves deben ser tenidos en cuenta por un empresario para desarrollar un negocio dedicado a la promoción y realización de conciertos en la ciudad de San Juan de Pasto de manera exitosa y con competitividad sostenible en el tiempo? ¿Es rentable para una persona crear una empresa dedicada a la promoción y realización de conciertos en la ciudad de San Juan de Pasto? ¿Qué valores agregados diferentes se deben considerar para que el negocio sea claramente diferente vs la competencia?

ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

3. DEFINICIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Presenta un resumen de la idea de negocio. Describir detalladamente la propuesta y razones por las que se considera que puede ser realmente exitosa. Particularmente destacar la innovación contenida en la idea., y los atributos de los bienes o servicios que los diferencian de una posible competencia.

EJEMPLO:

Satisfacer la necesidad a los consumidores de postres, creando otra alternativa diferente a los sitios ya existentes en el municipio, ofrecer postres exquisitos al paladar, acompañado de un excelente servicio en la atención tanto para los visitantes como para los residentes del Municipio de Mosquera Cundinamarca.

ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

4. JUSTIFICACIÓN:

Justificar es exponer todas las razones, las cuales nos parezcan de importancia y nos motiven a realizar una investigación.

EJEMPLO:

PREGUNTA ORIENTADORA	EJEMPLO
¿DE DÓNDE NACIÓ LA MOTIVACIÓN DE REALIZAR ESTE PROYECTO?	Teniendo en cuenta el presente proyecto sobre el diseño de un programa de salud ocupacional para el área de producción de la empresa honda ubicada en Dosquebradas, debe decirse que la motivación principal radica en la necesidad que ha evidenciado este entidad sobre temas de salud ocupacional, que si bien quieren desarrollar, aun no poseen los conocimientos necesarios para su implementación.
¿POR QUÉ SE HACE EL PROYECTO? – MOTIVACIONES	A raíz de dicha necesidad, este proyecto se justifica desde los procesos que deben ser mejorados en términos de la salud ocupacional, su normativa y su aplicabilidad. Este proyecto se realiza porque se percibió una necesidad real que representa una posibilidad de ubicar el perfil profesional de la tecnología en salud ocupacional para la resolución de una problemática que amerita intervenciones empresariales.
¿PARA QUÉ SE HACE EL PROYECTO? – FINES Y LOGROS A ALCANZAR	Esta propuesta se haca para brindar una solución aplicada a la necesidad de una política sólida en temas de salud ocupacional, planeando un cronograma de ejecución, una implementación y estado de mejoramiento continuo. Los logros y fines que se pretenden

	alcanzar son: • Realizar un diagnóstico conducente a la caracterización y a la actualidad de la entidad a intervenir. • Diseñar estrategias de mejoramiento bajo la normativa de salud ocupacional colombiana y mediante la creación de un programa que responda a las exigencias, cambios y requisitos de seguridad industrial en la empresa HONDA. • Realizar un proceso de implementación para determinar las mejoras, oportunidades y avances que la empresa pueda mostrar sobre esta área.
¿CUÁL ES LA CONTRIBUCIÓN SOCIAL DEL PROYECTO?	Este proyecto contribuye socialmente a mejorar las condiciones laborales de la entidad así como el fomento de una cultura del bienestar, el cuidado y la prevención. También, se puede concientizar a las directivas y colaboradores para sustentar la importancia de un programa de salud ocupacional en su área de producción.
¿CUÁL ES LA CONTRIBUCIÓN ACADÉMICA DEL PROYECTO?	Con este proyecto, se contribuye académicamente a la generación de nuevos conocimientos, modelos y conceptos de aplicación de la norma, así como el desarrollo de una investigación sistematizada cuyos resultados pueden convertirse en antecedentes para la intervención a empresa sobre este tipo de áreas de conocimiento. También se general conocimiento

	complementarios al perfil profesional del egresado en la Tecnología en Salud Ocupacional.
¿CUÁL ES LA CONTRIBUCIÓN EMPRESARIAL DEL PROYECTO?	Este proyecto contribuye a la empresa para que: • Mejore sus procesos productivos. • Evidencie acciones significativas en materia de salud ocupacional • Defina estrategias y políticas coherentes con el marco normativo de la Salud Ocupacional en Colombia. • Prevenir incidentes y accidentes laborales.
¿CUÁL ES LA CONTRIBUCIÓN PERSONAL DEL PROYECTO?	Esta propuesta contribuye personalmente a generar conocimientos significativos y aplicar todos los contenidos vistos en la carrera perfeccionando a través de la investigación el perfil tecnólogo en cuestión.

AHORA LA REDACCIÓN……..

Teniendo en cuenta el presente proyecto sobre el diseño de un programa de salud ocupacional para el área de producción de la empresa honda ubicada en Dosquebradas, debe decirse que la motivación principal radica en la necesidad que ha evidenciado este entidad sobre temas de salud ocupacional, que si bien quieren desarrollar, aun no poseen los conocimientos necesarios para su implementación.

En ese sentido a raíz de dicha necesidad, este proyecto se justifica desde los procesos que deben ser mejorados en términos de la salud ocupacional, su normativa y su aplicabilidad. Este proyecto se realiza porque se percibió una necesidad real que representa una posibilidad de ubicar el perfil profesional de la tecnología en salud ocupacional para la resolución de una problemática que amerita intervenciones empresariales.

Por otro lado esta propuesta se hace para brindar una solución aplicada a la necesidad de una política sólida en temas de salud ocupacional, planeando un cronograma de ejecución, una implementación y estado de mejoramiento continuo. Los logros y fines que se pretenden alcanzar son:

• Realizar un diagnóstico conducente a la caracterización y a la actualidad de la entidad a intervenir.

• Diseñar estrategias de mejoramiento bajo la normativa de salud ocupacional colombiana y mediante la creación de un programa que responda a las exigencias, cambios y requisitos de seguridad industrial en la empresa HONDA.
• Realizar un proceso de implementación para determinar las mejoras, oportunidades y avances que la empresa pueda mostrar sobre esta área.

Así, este proyecto contribuye socialmente a mejorar las condiciones laborales de la entidad así como el fomento de una cultura del bienestar, el cuidado y la prevención. También, se puede concientizar a las directivas y colaboradores para sustentar la importancia de un programa de salud ocupacional en su área de producción.

De igual forma con este proyecto, se contribuye académicamente a la generación de nuevos conocimientos, modelos y conceptos de aplicación de la norma, así como el desarrollo de una investigación sistematizada cuyos resultados pueden convertirse en antecedentes para la intervención a empresa sobre este tipo de áreas de conocimiento. También se general conocimiento complementarios al perfil profesional del egresado en la Tecnología en Salud Ocupacional.

Este proyecto contribuye a la empresa para que:
• Mejore sus procesos productivos.
• Evidencie acciones significativas en materia de salud ocupacional
• Defina estrategias y políticas coherentes con el marco normativo de la Salud Ocupacional en Colombia.
• Prevenir Incidentes y accidentes laborales.

Esta propuesta contribuye personalmente a generar conocimientos significativos y aplicar todos los contenidos vistos en la carrera perfeccionando a través de la investigación el perfil tecnólogo en cuestión.

ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

7. METODOLOGÍA:

7.1.METODO:

Resumen de las acciones por medio de las cuales se alcanzan el objetivo específico y el objetivo general

EJEMPLO:

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	ASIGNATURAS
Análisis del Mercado	Análisis del sector. Análisis del mercado. Plan de mercadeo.	Encuesta. Entrevista a profundidad.	DANE. Banco de la República. Secretaría de recreación, cultura y turismo.	Principios de mercadeo. Gerencia de mercadeo. Gerencia de ventas.
Análisis Técnico y Operativo	Análisis del producto. Análisis de las instalaciones físicas. Análisis de equipos. Análisis de los sistemas de control.	Cotizaciones de proveedores. Reglamentaciones jurídicas. Normas ambientales.	Textos especializados.	Procesos Administrativos. Organizaciones.
Análisis Administrativo	Grupo empresarial. Personal ejecutivo. La organización. Empleados. Organizaciones de apoyo.	Manuales de procedimientos. Manuales de perfiles y de cargos.	Socios. Teorías administrativas.	Gerencia del talento humano. Procesos Administrativos. Seminario de pensamiento administrativo. Teorías organizacionales.
Análisis Legal y Social	Aspectos legales y legislación	Códigos. Reglamentaciones. Decretos.	Alcaldía Municipal. Entidades Gubernamentales.	Derecho Privado. Derecho Público.

ESTRUCTURAR PROYECTOS INTRA EMPRESARIALES Y EMPRENDIMIENTOS PLURISECTORIALES DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

	urbana. Análisis ambiental. Análisis social.	Normas. Procedimientos Legales.	Código contencioso administrativo. Código de Comercio.	
Análisis Económico	Inversión en activos fijos. Inversión capital de trabajo. Presupuesto de ingresos. Análisis de costos. Presupuesto de personal. Presupuesto de otros gastos. Deducciones tributarias.	Proyecciones de estados financieros. Tablas de amortización. Cálculo TIR. Cálculo VPN.	Bases de presupuestos. Indicadores económicos. Tasa representativa del mercado. Indicadores macroeconómicos.	Contabilidad Financiera. Contabilidad de costos. Derecho Tributario. Presupuestos.
Análisis de Valores Personales	Aspectos éticos y morales.	Directrices. Guías. Regulaciones.	Textos Especializados. Superintendencia de sociedades.	Ciencias religiosas III. Seminario de ética.
Análisis Financiero	Análisis de recursos financieros.	Cotizaciones. Tablas de amortización. Condiciones crediticias del mercado.	Banco de la República. Sistema financiero colombiano.	Decisiones de inversión. Administración financiera I. Administración financiera II. Gestión de proyectos.

Análisis de Riesgos e Intangibles	Riesgos del mercado. Riesgos técnicos. Riesgos económicos. Riesgos financieros.	Metodología de cálculos de riesgos. EBITDA.	Superintendencia de sociedades. Cámara de Comercio. Banco de la República.	Banca e inversión. Decisiones de Inversión.

7.2. POBLACIÓN OBJETIVO / MUESTRA / MARCO MUESTRAL: Población Objetivo La población objetivo a la cual el plan de negocios de una empresa dedicada a la promoción y realización de conciertos musicales en la ciudad de San Juan de Pasto se enfoco estuvo dividida en tres grupos principales y en uno que fue necesario tener en cuenta para el buen desarrollo de la investigación de mercados.

• Consumidores de conciertos: Esta parte estuvo enfocada en la población de los estratos tres, cuatro, cinco y seis; entre edades de 15 y 64 años de la ciudad de San Juan de Pasto. Conociendo que la población se divide por estratificación como se muestra en el cuadro que se presenta a continuación y la estructura de edades en promedio de Colombia indica que en este rango se encuentran el 63.7%23 de la población, se puede concluir que la población objetivo de los consumidores de conciertos son 109.998 personas aproximadamente, de las cuáles se partió para realizar investigaciones de tipo cualitativo y cuantitativo con el fin de tener claro cuáles son los clientes potenciales con lo cuáles se puede contar.

Tabla 3

POBLACIÓN DE SAN JUAN DE PASTO POR ESTRATO SOCIAL[24]

Estrato	Número de Habitantes
1	41,971
2	185,072
3	119,517
4	40,772
5	11,992
6	400
TOTAL	**399,724**

• Artistas: Esta parte estuvo enfocada en la realización de una investigación cualitativa con el fin de saber que piensan los artistas colombianos de diferentes géneros musicales sobre presentarse en la ciudad de San Juan de Pasto. Se busco determinar la factibilidad de que algunos de estos vean al pueblo pastuso como una plaza en donde poder presentarse.

• Autoridades: Esta parte consistió en reunirse con cada una de las autoridades competentes como lo son la alcaldía de San Juan de Pasto, Coldeportes, Sayco y Acimpro, las oficinas encargadas del alquiler de cada uno de los recintos, la Policía Nacional, la Defensa Civil en lo que concierne a la realización de eventos en la capital nariñense, con el fin de dejar claros los permisos, aspectos legales, jurídicos y de normatividad que deben ser tenidos en cuenta para una satisfactoria organización.

• Empresarios: Se investigo a dos empresarios dedicados a la promoción y realización de conciertos y eventos en la ciudad de San Juan de Pasto, con la pretensión de dejar en claro la opinión de estos con respecto a la realidad que han experimentado con la audiencia pastusa.

Muestra El método que se utilizó para determinar la muestra de los consumidores de conciertos fue el muestreo estratificado aleatorio.

$$X = \frac{N_1}{N} * M_1 + \frac{N_2}{N} * M_2 + \frac{N_3}{N} * M_3 + \frac{N_4}{N} * M_4$$

X= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño total de la población.

N_1= Tamaño del estrato 3.

N_2= Tamaño del estrato 4.

N_3= Tamaño del estrato 5.

N_4= Tamaño del estrato 6.

M_1= Resultado de la muestra tomada en el estrato 3.

M_2= Resultado de la muestra tomada en el estrato 4.

M_3= Resultado de la muestra tomada en el estrato 5.

M_4= Resultado de la muestra tomada en el estrato 6.

Para poder realizar este cálculo fue necesario realizar la muestra por cada uno de los estratos que son interés de la investigación. Por esa razón el método que se utilizó para determinar la muestra de los consumidores de conciertos por estrato fue el muestreo aleatorio simple.

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{Mx}}$$

n= Tamaño de la muestra.

Z= Nivel de confianza. (En este caso se utilizará un nivel de confianza del 95%; por lo tanto Z=1.96).

S= Desviación estándar de la población. (En este caso se utilizará una desviación estándar del 0.4).

E= Error. (En este caso se utilizará un error del 5%)

Mx= Tamaño total de la población por estrato.

A continuación se presentan las muestras por estrato:

Estrato	Muestra
3	245
4	244
5	241
6	152

Por lo tanto en este caso en particular la muestra que se tomará es: X=106 n = S 2 E 2 + S 2 Z2 Mx 51

En el anexo número dos se presenta el desarrollo del cálculo de la muestra.

El método que se utilizó para determinar la muestra de los artistas, las autoridades y los empresarios para así poder realizar la investigación fue el muestreo no aleatorio de conveniencia que ya se mencionó y determinó en la parte de la población objetivo del presente documento.

Marco Muestral En lo que respecta a los consumidores de conciertos la información fue recogida en la ciudad de San Juan de Pasto en los siguientes lugares:

• Colegios.
• Universidades.
• Centros Comerciales.
• Centros Empresariales.
• Plazas y parques de la ciudad.
• Visitas programadas.

En lo que respecta a los artistas, se visitó a un cantante famoso a nivel nacional en su lugar de residencia y en cuanto a los empresarios y autoridades se realizaron visitas directas a sus lugares de trabajo.

7.3.INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Los medios que se utilizaron para recolectar la información fueron:

• **Encuestas**: Una encuesta es una herramienta que permite reunir datos entrevistando a una muestra de personas que a su vez representan a una población mayor pero que gozan de características similares en términos que el evaluador previamente analiza y así poder obtener información para realizar una investigación en concreto.

Esta se realiza a través de preguntas estandarizadas de carácter abierto o cerrado con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre la población objeto de estudio, todo ello con el fin de evaluar los resultados y así darle fundamentos a la idea que se expone en el plan de negocios.

En este caso particular las encuestas fueron realizadas únicamente a los consumidores de conciertos de la ciudad de San Juan de Pasto que anteriormente se determino. En el anexo

número tres se presenta la encuesta que fue utilizada para desarrollar la investigación de mercados con los consumidores de conciertos.

Entrevistas a profundidad: Es una técnica que permite obtener información personal de una situación o tema acordado a través de lo que el entrevistado transmite oralmente al entrevistador. En este tipo de entrevista el entrevistador sigue un esquema de preguntas fijo en cuanto al orden, contenido y formulación de las mismas.

En este caso particular se realizaron las entrevistas a un artista, a los funcionarios encargados de cada una de las autoridades competentes y a un empresario ya consolidado en la ciudad de San Juan de Pasto. En los anexos número cuatro, cinco y seis se presentan las preguntas que se le realizaron al empresario, a las autoridades y al artista respectivamente.

7.4.MOMENTOS EN QUE SE DESARROLLÓ LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo referente a la investigación de mercados se realizaron las actividades respectivas de la siguiente manera:

- Diseño de los instrumentos: Diciembre de 2008.
- Trabajo de campo: Enero – Marzo de 2009.
- Análisis de los hallazgos (tabular – análisis – conclusiones): Abril de 2009.