

Estudio de factibilidad para la creación de una escuela de arte especializada en arte urbano, en la ciudad de Pereira en el año 2023.

Autor(es):

MÓNICA ARCILA GÓMEZ

RUTH DAEL RAMIREZ CALVO

Corporación Universitaria Minuto de Dios -UNIMINUTO-

Especialización en Gerencia de Proyectos

Pereira, Risaralda

Agosto

Estudio de factibilidad para la creación de una escuela de arte especializada en arte urbano, en la ciudad de Pereira en el año 2023.

Autor(es):

MÓNICA ARCILA GÓMEZ

RUTH DAEL RAMIREZ CALVO

Trabajo de Grado de la
Especialización en Gerencia de Proyectos

Tutor – Asesor

CÉSAR AUGUSTO GARCÍA MOSQUERA

Magíster en Admón. Económica y Financiera

Docente Líder, Especialización en Gerencia de Proyectos

Corporación Universitaria Minuto de Dios -UNIMINUTO-

Especialización en Gerencia de Proyectos

Pereira, Risaralda

Agosto

Notas de aceptación:

Dedicatoria

Este proyecto está dedicado a nuestras familias, que siempre nos han apoyado en todo lo que hemos hecho. Gracias por su amor, su comprensión y su sacrificio. Sin ustedes, nada de esto habría sido posible.

También queremos dedicar este proyecto a nuestros docentes, que nos han guiado y ayudado a aprender y crecer durante este tiempo. Gracias por su paciencia, su comprensión y su sabiduría.

Esperamos que este proyecto sea un homenaje a todos ustedes y que les haga sentir orgullosos de nosotros.

Glosario

Arte Urbano

El término *street art* nace en de los años 90, se conoció también con el nombre de *Post-graffitti*, donde a través de una serie de expresiones artísticas heterogéneas y usualmente anónimas que empezaron a inundar las grandes ciudades de Occidente (Concepto, s.f.)

Emprender

Es llevar a cabo una iniciativa a la práctica o idea de negocio, quiere decir que, crear una empresa y llevar a cabo la producción del bien o prestación del servicio, sin que esto quede en una mera intención.

Empresa|

Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.

Estudio de mercado

Trata de la recolección y análisis de datos de una empresa u organización para realiza o determinar su posicionamiento en la industria con respecto a la competencia con el fin de mejorar sus estrategias de negocios aumentando así su competitividad.

Plan de negocio

Es un documento que describe de manera general, un negocio y las estrategias que se implementarán para su éxito. En orden de ideas, el plan presenta un análisis del mercado y establece el plan de acción que se requiere para alcanzar los objetivos que se ha propuesto.

Viabilidad financiera

Es la capacidad de una Organización de obtener fondos necesarios para satisfacer sus requisitos funcionales a corto, mediano y largo plazo.

Resumen

El presente estudio de viabilidad propone un proyecto para la formulación de un plan de negocio que facilite la creación de una escuela de arte especializada en arte urbano, en la ciudad de Pereira en el año 2023, teniendo en cuenta que el mercado actual no satisface de manera amplia y profesional la demanda de los artistas.

Por este motivo, se hace necesario la creación de un modelo de negocio para una escuela de arte especializada en arte urbano, en la ciudad de Pereira en el año 2023, que cuente con factores diferenciadores y con productos, servicios o procesos de innovación, encaminado a crear una cultura de arte que permita además de fomentar e incentivar los campos culturales para atraer potenciales turistas interesados en temas de arte, ya que la ciudad desafortunadamente no cuenta con escenarios de este tipo, espacios donde se puedan exponer obras de artistas locales; con lucro que permita que el cliente logre llenar sus expectativas a través de experiencias y desarrollo de momentos memorables.

Para lograr dicho propósito se hace necesario llevar a cabo un estudio de mercado, estudio técnico y realizar el estudio económico y financiero, para determinar la viabilidad de creación de la escuela de arte con especialidad en arte urbano, al igual, el impacto económico y social que se generaría con su creación.

Para lograr el propósito, se desarrolló una investigación de tipo exploratorio de orden descriptivo, puesto que, se exponen los factores, elementos y procedimientos evidenciados a través del instrumento de recolección de datos, fuentes primarias y secundarias, se consultaron diversos trabajos de grado, información de la cámara de comercio del Municipio de Pereira, entidades estatales, página del DANE, entre otras fuentes para estructurar de manera óptima los componentes del proyecto.

Los resultados indican que las empresas actuales no logran cubrir la demanda actual, a pesar de que estas vienen en aumento en los últimos años, no son suficientes para cubrir el mercado existente, así como tampoco generar una satisfacción completa en los clientes.

Palabras clave: Factibilidad, calidad, arte urbano, satisfacción, mercado, factor diferenciador.

Abstract

This feasibility study proposes a project for the formulation of a business plan to facilitate the creation of an art school specialized in urban art in the city of Pereira in the year 2023, taking into account that the current market does not satisfy the demand of artists in a broad and professional manner.

For this reason, it is necessary to create a business model for an art school specializing in urban art in the city of Pereira in 2023, which has differentiating factors and products, services or innovation processes, aimed at creating a culture of art that allows other to promote and encourage cultural fields to attract potential tourists interested in art issues, since the city unfortunately does not have scenarios of this type, spaces where they can exhibit works by local artists; The city unfortunately does not have this type of scenarios, spaces where works of local artists can be exhibited; with profit that allows the client to fulfill their expectations through experiences and development of memorable moments.

achieve this purpose it is necessary to carry out a market study, a technical study and an economic and financial study to determine the feasibility of creating an art school specializing in urban art, as well as the economic and social impact that would be generated with its creation.

To achieve the purpose, an exploratory research of descriptive type was developed, since the factors, elements and procedures evidenced through the data collection instrument, primary and secondary sources are exposed, various degree works were consulted, information from the chamber of commerce of the Municipality of Pereira, state entities, DANE page, among other sources to optimally structure the components of the project.

The results indicate that the current companies are not able to meet the current demand, even though they have been increasing in recent years, they are not enough to cover the existing market, nor are they able to generate complete customer satisfaction.

Key words: Feasibility, quality, urban art, satisfaction, market, differentiating factor.

Tabla de contenido

Resumen.....	7
Abstract	9
Introducción	17
1. Situación problema	19
1.1. Antecedentes del problema	19
1.2. Planteamiento del problema.....	21
1.3. Pregunta problema.....	21
2. Objetivos	22
2.1. Objetivo general	22
2.2. Objetivos específicos	22
2.2.1 Identificar las necesidades del mercado para la creación de una escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira en el año 2023.	22
2.2.2 Hallar la factibilidad técnica que requiere la creación de una escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira en el año 2023.	22
2.2.3 Determinar los requerimientos administrativos para la creación de una escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira.....	22
2.2.4 Establecer la factibilidad financiera para la creación de escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira en el año 2023.	22
3. Justificación	23

4.	Marco referencial.....	24
4.1.	Marco teórico.....	24
4.2.	Marco Conceptual.....	25
4.3	Marco legal.....	29
4.3.1	Constitución Política de Colombia.....	29
4.3.2.	Ley 905 de agosto 2 de 2004.....	29
4.3.3	Ley 1014 de enero 26 de 2006.....	29
4.3.4	Ley 1429 de 2010.....	30
4.3.	Marco geográfico.....	30
4.4.1	Mapa político de Colombia.....	30
4.4.2.	Mapa político de Risaralda.....	31
4.4.3.	Mapa político de Pereira.....	32
5.	Marco metodológico.....	33
5.1.	Enfoque de investigación.....	33
5.2.	Aspectos éticos.....	33
5.3.	Beneficios del proyecto de grado.....	34
5.4.	Limitaciones del proyecto.....	35
5.5.	Etapas metodológicas.....	35
5.6.	Descripción de la unidad de análisis.....	36
5.7.	Variables.....	37
5.8.	Población, muestra, proceso y técnicas de muestreo.....	39
5.9.	Instrumentos de recolección de datos.....	39
5.10.	Nivel de investigación.....	43

5.11. Diseño de la investigación	43
6.1. Descripción de la empresa	44
6.3 Situación actual de la empresa	46
Política de compras.	46
Política de ventas.....	46
Funciones:	48
Funciones:	50
Funciones:	52
Funciones:	53
Funciones:	55
Funciones:	57
Funciones:	58
Funciones:	59
Funciones:	60
Funciones:	61
6.5 Contexto interno de la organización.	62
6.6 Recursos y capacidades de la Escuela de Arte Urbano BASSART	62
Análisis del entorno.....	63
7.1 Estudio de factibilidad financiera y económica	69
7.2 Resumen de Operación por periodos.	69
Referencias.....	77

Bibliografía80

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Unidad de análisis	35
Tabla 2. Encuesta sobre preferencias de escuela arte urbano en la ciudad de Pereira	38
Tabla 3. Descripción empresa	42
Tabla 4. Manual de Funciones de Gerencia	45
Tabla 5. Manual de Funciones de Gestión Humana	47
Tabla 6. Manual de Funciones de la Dirección Administrativa y Comercial	49
Tabla 7. Manual de Funciones de la Dirección Académica	51
Tabla 8. Manual de Funciones de la Dirección Financiera	52
Tabla 9. Manual de Funciones de Bienestar Estudiantil	55
Tabla 10. Manual de Funciones del Departamento Comercial	57
Tabla 11. Manual de Funciones de la Coordinación Académica	58
Tabla 12. Manual de Funciones del Docente	59
Tabla 13. Manual de Funciones del Líder Financiero y Contable	61
Tabla 14. Presentación de operación del proyecto	69
Tabla 15. Resumen de Operación por Periodo	69
Tabla 16. Estado de resultados	70
Tabla17. Flujo de caja	71
Tabla 18. Evaluación Financiera	72

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Mapa político de Colombia	28
Figura 2. Mapa político de Risaralda	29
Figura 3. Mapa político de Pereira	30
Figura 4. Etapas Metodológicas	33
Figura 5. Organigrama	44
Figura 6. Entrada Nuevo Competidores	63
Figura 7. Poder de Negociación	63
Figura 8. Poder Negociación Proveedores	63
Figura 9. Intensidad de la Rivalidad	63
Figura 10. Presión de los Productos	64
Figura 11. MATRIZ MAFE -MEFI	65

Introducción

La cultura como factor exponencial de crecimiento de la mentalidad y desarrollo de capacidades cognitivas en todos los ambientes de aprendizaje, así como en todas las franjas de edad, además de cultivar y enriquecer el sentido de pertenencia de una sociedad, de un departamento, de una ciudad, en este caso la de Pereira, hace que surjan ideas de negocio donde se crean los escenarios y demás espacios afines orientados a llegar a grupos específicos, en este caso de turistas tanto internos como externos. Generando así ideas específicas de creación de modelo de negocio sostenible y con capacidad de crecimiento sistemático

Por lo anteriormente expuesto, se hace necesario realizar la investigación para conocer como plantear el plan de negocio y determinar la viabilidad técnica, económica y financiera de una escuela de arte especializada en arte urbano, en la ciudad de Pereira en el año 2023.

Este proyecto surge como un emprendimiento de talento personal, y por consiguiente de gran importancia para la sociedad de plasmar su cultura y su naturaleza en este tipo de arte, teniendo un alcance no solo local, sino también nacional e internacional; es por ello, que con el estudio a realizar se pretende conocer con qué elementos se debe contar, al igual que identificar la competencia, caracterizar sus servicios y conocer la demanda actual del mercado.

Con un Plan de Negocios bien estructurado, que abarque todos los factores de valor para la creación de la futura escuela de arte, quedando de manifiesto el aporte y expresión artística y apoyo a movimientos culturales, satisfacción de los visitantes en la ciudad, una escuela de arte que acoja a los actuales y futuros artistas, ofreciendo programas de formación, la cual se proyecta para dejar un legado en las generaciones ascendentes, siendo generadora de empleo a nivel local y regional. Así mismo su aporte financiero en la economía local, regional y nacional.

Se espera que la investigación sea de gran aporte para el desarrollo de nuevos emprendimientos, con la aplicación de las habilidades gerenciales y los elementos esenciales de la Alta Gerencia.

La presente investigación se realizará bajo un enfoque exploratorio, de orden descriptivo con enfoque mixto, ya que, se plantean las características, factores, procedimientos y la dimensión de un suceso ocurrido y a su vez se analizarán la información recopilada en el campo mediante el instrumento de recolección de datos para su posterior tabulación.

1. Situación problema

1.1. Antecedentes del problema

Vista la situación de Colombia en las últimas décadas donde la expresión ha cobrado fuerza y a partir de cada acontecimiento social se vislumbran oportunidades de negocio, se logra estructurar empresas en los diferentes sectores económicos; hoy en día, la mezcla de procesos de creación artística y proyectos educativos ha comenzado a tener protagonismo entre los jóvenes y los centros culturales, escuelas, institutos, etc. han empezado a mostrar interés para brindar espacios culturales que permita a las persona desarrollarse. Alcántara, A. (2018).

Es concluyente para las entidades gubernamentales apoyar y promover la actividad emprendedora y empresarial con un ambiente económico favorable para estimular la innovación y la competencia, debido a que la falta de personal calificado en temas de ciencia y tecnología, la falta de cultura de protección de la propiedad intelectual, el valor agregado son factores que impiden la inversión y desarrollo de emprendimientos en nuestro país;

Se ha venido trabajando en el manejo del riesgo que supone el emprendimiento, por lo cual la motivación a desarrollar ideas en proyectos sociales o culturales no son un fuerte en nuestra región, pero siguen apareciendo proyectos que apoyan al arte urbano para generar impacto económico importante.

Si bien la innovación y el emprendimiento van de la mano generando transfiguración social y económica de la sociedad, desde hace varios años, el estado colombiano ha generado espacios y políticas para el fortalecer los emprendimientos: es así como en enero del 2006 se creó la Ley 1014 de Fomento a la cultura del emprendimiento. En el artículo 2° de esta ley se expone su objeto: “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley (Leonardo, 2017, pág. 1)

De acuerdo con el informe sobre «*El Estado del Emprendimientos Social en Colombia*» presentado por RECON, se han identificado alrededor de 3.000 emprendimientos sociales, de los cuales se encuentran 527, arrojando resultados que aclaran el panorama:

- 83,3% de los emprendimientos sociales se encuentran en busca de generar un impacto social positivo, 31,1% impacto ambiental positivo y 19,3% desarrollo económico.
- 22,5% fueron motivados por el conflicto armado. 96,2% se consideran comunidades de cambio para la implementación de paz en su territorio y el 95% consideran contribuir a la construcción de paz y al posconflicto a través de sus ideas de negocio. 62,7% benefician a algún grupo del conflicto armado.
- 45,3% son mujeres y 54,8% son hombres. Esto equivale casi a una relación 1:1, a diferencia de la relación 2:1 en los emprendimientos convencionales. Se evidencio que el Emprendimiento Social disminuye las brechas de desigualdad de género.
- 45,5% de los emprendedores sociales tienen entre 18 y 35 años, lo que denota el interés de la juventud por crear cambios sociales y, al mismo tiempo, desarrollo social y económico.

Un movimiento que va por más del 90% del territorio impactando en diferentes problemáticas que inciden en las poblaciones más vulnerables. De los emprendimientos sociales conocidos en 28 de los 32 departamentos, trabajan en temas de educación (24,4%), medio ambiente (21,1%), paz y derechos humanos (15,4%), economía naranja (11,7%), salud y bienestar (8,7%), desarrollo agrario (6,4%) y equidad de género (3,2%).

Es de anotar que el 100% de los emprendedores sociales impactan positivamente en la población vulnerable: 57,7% a niños, niñas y adolescentes, 45,2% a mujeres, 34,2% a población rural, 27,9% a adultos mayores, 23,1% a víctimas del conflicto armado, 16,7% a población en condición de discapacidad, 16,1% a comunidades indígenas, 15,4% a población

LGBTI, 15% a afrodescendientes, raizales o palenqueros, 10,4% a excombatientes, y 4,3% a refugiados o inmigrantes.

1.2. Planteamiento del problema

Por lo anterior expuesto, el propósito es elaborar un Plan de Negocio bien estructurado que permita la creación de una escuela de arte especializada en arte urbano en la ciudad de Pereira en el año 2023.

1.3. Pregunta problema.

¿Cómo formular un plan de negocio para determinar la viabilidad técnica, económica y financiera de una escuela de arte urbano con especialidad en arte urbano en el distrito de Pereira en el año 2023?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Formular un plan de negocio que determine la viabilidad técnica, económica y financiera de una escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira en el año 2023.

2.2. Objetivos específicos

- 2.2.1 Identificar las necesidades del mercado para la creación de una escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira en el año 2023.
- 2.2.2 Hallar la factibilidad técnica que requiere la creación de una escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira en el año 2023.
- 2.2.3 Determinar los requerimientos administrativos para la creación de una escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira
- 2.2.4 Establecer la factibilidad financiera para la creación de escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira en el año 2023.

3. Justificación

El arte de emprender es una acción que requiere pasión, conocimiento, talento, dedicación y gran esfuerzo para construir un negocio rentable y sostenible; Los emprendimientos de carácter culturales no solo generan riqueza económica, sino también bienestar social, impactan a generaciones y dejan huella social; Invertir en ideas de negocio de tipo cultural es generar inclusión y diversidad social, esta investigación surge como un proyecto de vida de un talento personal, que se apoya en un plan de negocios que permita determinar la viabilidad técnica, económica y financiera de una escuela de arte con especialidad en arte urbano. De igual forma, para generar rentabilidad y contribuir con la economía de la región, con oportunidad de empleo y nuevos escenarios para artistas, con oportunidades de negocio al sector turístico en la ciudad de Pereira. Actualmente la ciudad de Pereira cuenta entre escuelas y talleres de arte con 20 empresas dedicadas a promocionar el arte como un estilo de vida y desarrollo del talento como generador de trabajo; adicionalmente se encuentra la facultad de bellas artes en la Universidad UTP, con un promedio de 73 graduados por año; (Informe Egresados y Empleadores 2020 UTP 2021); con esta información y con los datos del DANE. (DANE, 2021).

Donde comunica que en la ciudad de Pereira la población entre 14 y 28 años es el 34% (166.205 hab) de la población total (488.839 hab). Con base en esta información se puede observar que en la ciudad hay un porcentaje significativo de personas interesadas en el arte y que las empresas actuales no son suficientes para atender esta posible demanda de formación en arte; por lo anterior puede considerarse viable una escuela de arte con especialización en arte urbano por el número potencial de interesados en formarse para la vida y hacer del arte el medio de autogestión y trabajo rentable.

4. Marco referencial

4.1. Marco teórico

El emprendimiento al igual que la elaboración de Planes de Negocio han sido abordados desde distintas teorías. Sin embargo, para tener un poco más claro el tema objeto de investigación se analizará las posturas de diversos autores o investigadores.

Schumpeter desarrolló una teoría en el año 1912 que define que la creación de nuevos emprendimientos como factor de desarrollo económico depende del empresario. Esto crea una combinación de los factores generadores tradicional (tierra, el trabajo y el capital). En esta teoría defiende que el impulso que mueve la producción capitalista, provocando procesos de transformación continuos, es «el fenómeno tecnológico, y con él, el proceso de innovación tecnológica. (EALDE, 2019). Se hace necesario continuar con el pensamiento gerencial de desarrollar ideas de negocio que suplan las tendencias de mercado, trasciendan en la sociedad y se adapten, orientados a la mejora continua y rentabilidad.

Una de las teorías con mayor aplicación a la gestión actual en emprendimiento es “*la Innovación es el instrumento específico del empresario innovador*” (Drucker, 1997). Las grandes transformaciones en las industrias se deben a la innovación en los procesos, a la forma disruptiva con que los empresarios han decidido emprender sus nuevos negocios; en lo que se refiere al sector del entrenamiento, la creatividad e innovación han arrasado con ideas que no se esperaban en este siglo, viajes alrededor de la tierra, la realidad virtual ha hecho que las empresas inviertan en departamentos de innovación como su mayor activo. No cabe duda de que ante este componente de una de las teorías administrativa más nombradas el arte tiene ventaja frente a las diferentes ideas de negocio actuales, debido a que la creatividad y el alcance en diferentes escenarios deja aplicar la innovación como su agente rentable y sostenible.

Al analizar las 5 fuerzas de Porter y su aplicación a este estudio de investigación cabe resaltar que, en el área de arte, es necesario la generación de estrategias de posicionamiento en el mercado, establecer las estrategias con las que destacar sobre los demás; la rivalidad aumenta competidores, se debe considerar estar bien posicionado, manejo de los costos, entre otros factores como el poder de los proveedores en la aplicación del arte urbano; en cuanto a la amenaza de productos sustitutos se considera al arte un reglón cultural con pocas opciones ; el modelo de las 5 Fuerzas de Porter ayuda a desarrollar estrategias de negocio, especialmente de diferenciación, al poder validar a la competencia de forma, que el empresario debe estar siempre atento sobre lo que sucede con la competencia y reaccionar de forma oportuna a la actuación de la competencia.

4.2.Marco Conceptual

Estudio de mercado

Un estudio de mercado es un proceso de recopilación e interpretación de datos sobre un mercado específico, con el fin de tomar decisiones comerciales informadas. Los estudios de mercado pueden ayudar a las empresas a identificar nuevas oportunidades de mercado, comprender las necesidades de sus clientes y desarrollar estrategias de marketing eficaces.

Los estudios de mercado se pueden realizar de diversas formas, incluyendo encuestas, entrevistas, grupos focales y análisis de datos secundarios. El tipo de estudio de mercado que se realice dependerá de los objetivos específicos.

Los estudios de mercado se pueden realizar de una variedad de maneras, incluyendo encuestas, entrevistas, grupos de enfoque y análisis de datos secundarios. La metodología específica utilizada dependerá de los objetivos del estudio y de la disponibilidad de datos.

Los estudios de mercado son una herramienta valiosa para las empresas que desean tomar decisiones informadas sobre su negocio. Al proporcionar información sobre el mercado, los estudios de mercado pueden ayudar a las empresas a identificar oportunidades, reducir riesgos y tomar decisiones de marketing efectivas.

Conocer los elementos que se precisan es de suma importancia para lograr elaborar un Plan de Negocio holístico y un estudio que facilite crear valor y ventajas competitivas frente al mercado,

Actualmente las entidades gubernamentales invierten esfuerzos y recursos a la generación de empresa y apoyo al emprendimiento, tal es el caso del departamento de Risaralda, donde la Gobernación lanza el programa Línea CRECER para emprendedores de Risaralda; donde empresarios en su primera fase (menos de 5 años) recibieron un capital semilla, empresas que habían sido impulsadas a través del fondo emprender.

La secretaría de Desarrollo económico promueve este tipo de programas que año tras año reactivan el emprendimiento en la ciudad, promueve la creatividad de empresas pequeñas dispuestas a aportar crecimiento económico al municipio; ideas de negocio de todos los sectores económicos que fortalecen la economía local.

Creación de empresa

La creación de una empresa en Colombia está encaminada en los proyectos de ley que desde el gobierno central buscan disminuir el desempleo en el territorio nacional, un ejemplo específico es la Ley 1014 del 2006, donde algunos de sus objetos de ley son: propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de

creación de empresas competentes y fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial. (Cordoba & Lemus, 2016, pág. 5)

Es claro que el gobierno apoya los procesos de emprendimiento, como es el caso del presente proyecto que busca por un lado obtener rentabilidad, como también impulsar el desarrollo económico local, regional y/o nacional para el mejoramiento de la calidad de vida de diversas familias como aporte al desarrollo social.

Clientes y competencia

“Peter Drucker, asegura que el propósito de una empresa es “crear clientes”, a través de las dos funciones básicas para tener en cuenta para desarrollar la empresa: “la mercadotecnia y la innovación” estas funciones complementarias son las responsables de rentabilidad para las empresas. La creación de clientes implica administrar su ciclo de vida”. Drucker, PE (1954).

Quien no logre identificar la competencia y sus desventajas, no tendrá opción de ofrecer productos diversificados, innovadores y de calidad que le permitan diferenciarse de los demás y tener un valor agregado que los clientes siempre estén dispuestos a seguir.

(Resico, s.f.) plantea que la competencia puede verse como la contienda entre personas que desean un mismo fin. También resalta que la competencia económica se refiere a que deben existir diversas alternativas para los actores económicos en un negocio específico y que solo lograrán el éxito quienes estén en la capacidad de renovación constante y brinde las mejores condiciones.

En conclusión, abordar la investigación desde la óptica y experiencia de estudios previos, permite visualizar la situación desde un ámbito más amplio con el fin de determinar qué elementos se deben tener en cuenta a la hora de realizar un Plan de negocio y el estudio para

identificar los factores que se deben evaluar para lograr el objetivo propuesto “emprender”, poner en marcha la idea de negocio.

Economía Creativa

La Economía cultural y creativa hace referencia a todas aquellas actividades que se encuentren directamente relacionadas con el mundo de la cultura, el arte o la creatividad. Con dos claras definiciones, la economía cultural y las industrias creativas se diferencian entre sí, pero que al entrelazarse conforman las industrias culturales convencionales y que tienen un área de soporte para la creatividad. (GOV.CO C. A., 2017). Desde el gobierno nacional se apoya las actividades artísticas tradicionales y aquellas actividades relativas al desarrollo de un patrimonio cultural y su transmisión: Artes visuales -Pintura -Escultura -Instalaciones y video arte -Arte en movimiento (performance art) -Fotografía -Moda – Teatro, danza y marionetas -Orquestas, ópera y zarzuela -Conciertos -Circos -Improvisaciones creadas (happenings)– Pasarela Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial -Artesanías, antigüedades, laudaría y productos típicos -Gastronomía -Museos, galerías, archivos y bibliotecas -Arquitectura y restauración -Parques naturales y ecoturismo -Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, etc. -Conocimientos tradicionales, festivales, carnavales, etc. Educación artística y cultural, es importante resaltar que estas actividades tienen un enfoque de sostenibilidad, son la oportunidad de ser rentables a nivel nacional a internacional; actualmente se abordan con una visión de Investigación, desarrollo e innovación creativa y cultural, Gobernanza (institucionalidad) y Derechos de Propiedad Intelectual, Educación profesional creativa.

4.3 Marco legal

4.3.1 Constitución Política de Colombia.

Art. 38 libertad de asociación: Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.

Art. 333 Libertad económica: La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

4.3.2. Ley 905 de agosto 2 de 2004

“Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”.

4.3.3 Ley 1014 de enero 26 de 2006

“Fomento a la cultura del emprendimiento”. Los principales propósitos de esta ley son: Fomentar la cultura del emprendimiento, el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsar la actividad productiva gracias a la creación de empresas y el desarrollo económico del país.

De igual forma, en su Art. 16. Se precisa: “Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esta ley, en reemplazo de los trabajos de grado”.

Por tal motivo, el desarrollo del proyecto está respaldado por esta ley como alternativa de presentación de trabajo de grado.

4.3.4 Ley 1429 de 2010

Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo, nos da pautas precisas para la formalización de la nueva empresa.

4.3.Marco geográfico

4.4.1 Mapa político de Colombia.

Figura 5. Mapa político de Colombia



Fuente: Imágenes imagui

<http://www.imagui.com/a/mapa-de-la-division-politica-de-colombia-departamentos-y-capitales-iLLrkbLxo>

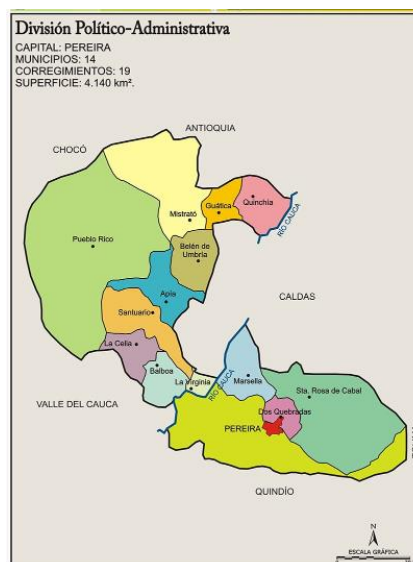
Descripción: esta imagen contiene el mapa de Colombia en su división departamental

Geografía de Colombia

Colombia (república) (nombre oficial, República de Colombia), república ubicada en el noroeste de Sudamérica, limita al norte con Panamá y el mar Caribe, al este con Venezuela y Brasil, al sur con el Perú y Ecuador, y al oeste con el océano Pacífico. Colombia es el único país de América del Sur con costas tanto en el océano Atlántico como en el océano Pacífico. Por sus islas San Andrés, Providencia y Santa Catalina (que pertenecen al departamento de San Andrés y Providencia), y por las aguas que se añaden al territorio continental sobre el mar Caribe, limita además con Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Jamaica, Haití y República Dominicana. (Fotografías Colombia, 2018).

4.4.2. Mapa político de Risaralda.

Figura 6. Mapa político de Risaralda



Fuente: Imágenes toda Colombia

<https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/risaralda/municipios-division-politica.html>

Descripción: División municipal departamento de Risaralda

Geografía de Risaralda

El **Departamento de Risaralda** está situado en el centro occidente de la región andina; localizado entre los **05°30'00''** y **04°41'36''** de latitud norte, y entre los **75°23'49''** y **76°18'27''** de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 4.140 km² lo que representa el 0.36 % del territorio nacional. Limita por el Norte con los departamentos de Antioquia y Caldas, por el Este con Caldas y Tolima, por el Sur con los departamentos de Quindío y Valle del Cauca y por el Oeste con el departamento de Chocó. (Colombiamania, s.f.).

Gentilicio: Risaraldense

Superficie 4.140 km²

Población 839.597 Habitantes (DANE, 2018)

Densidad 229.94 Hab/Km²

Capital Pereira – 409.670 Habitantes (DANE, 2018)

División Administrativa

El **departamento de Risaralda** está dividido en 14 municipios, 19 corregimientos, 95 inspecciones de policía, así como, numerosos caseríos y sitios poblados. (Colombiamania, s.f.)

4.4.3. Mapa político de Pereira

Figura 7. Mapa político de Pereira.



Fuente: Secretaría de Planeación Pereira

Geografía de Pereira

- El Municipio de Pereira está localizado a 4 grados 49 minutos de latitud norte, 75 grados 42 minutos de longitud y 1.411 metros sobre el nivel del mar; en el centro de la región occidental del territorio colombiano, en un pequeño valle formado por la terminación de un contra fuerte que se desprende de la cordillera. Sus límites son: Al Sur, con los municipios de Ulloa (Departamento del Valle), Finlandia y Salento (Departamento del Quindío). Al Oriente, con el Departamento del Tolima, con Anzoategui, Santa Isabel, Ibagué y zona de los nevados. Al Occidente, con los municipios de Cartago, Ansermanuevo (Departamento del Valle), Balboa, La Virginia (Departamento de Risaralda) . (Secretaría de Planeación Dosquebradas, 2020).

5. Marco metodológico

5.1. Enfoque de investigación

El nivel del presente estudio es exploratorio, de orden descriptivo con enfoque mixto, ya que, se presentan las características, factores, procedimientos y la magnitud de un suceso ocurrido y a su vez se analizarán los datos recopilados en el trabajo de campo mediante el instrumento de recolección de datos para su posterior tabulación. Así mismo se determinará la viabilidad económica y financiera del Plan de Negocios.

5.2. Aspectos éticos

La privacidad de la información contenida en esta investigación está consagrada en el derecho a la privacidad, reconocida está en casi todas las culturas, se protegerá la información confidencial de los datos recolectados para llevar a cabo toda la investigación. Siendo la parte ética fundamental en la elaboración de este documento.

5.3. Beneficios del proyecto de grado

Este proyecto generará gran impacto económico en la población joven de Pereira. A través de la contratación de artistas y programas de formación se logrará contribuir al crecimiento de otras pequeñas empresas y emprendedores de la región. Asimismo, se generarán empleos directos que por consiguiente brindarán bienestar social a los artistas locales que podrán contar con un medio de ingreso.

Este proyecto, permitirá plantear una idea de negocio sostenible y responsable para los jóvenes de Pereira que quieran desarrollar su creatividad a través del arte, al igual que la comunidad que podrá apreciar estallidos de color en las áreas urbanas que crean tejido humano y cultura urbana para propios y visitantes ayudando a la economía local.

Adicionalmente a través del proyecto y puesta en marcha de este, se tendrá como política de responsabilidad social el reconocimiento de la labor de los artistas y la motivación del personal a través de diversos mecanismos.

Es muy relevante saber que existe apoyo para la creación de empresa, pues son factores generadores de desarrollo en los territorios, de crecimiento de la economía.

De igual forma el Plan de Desarrollo del Departamento de Risaralda tiene muy en cuenta que se debe trabajar pensando en las futuras empresas que generen procesos de Innovación, Ciencia y Tecnología para aumentar la productividad y competitividad.

El Plan de Desarrollo del Departamento en su programa N.º 21: innova empresarial, logra brindar un apoyo a todas aquellas personas que deseen emprender, es por ello, que pretenden orientar el desarrollo y el fortalecimiento empresarial con acciones de apoyo integral al tejido empresarial del departamento de Risaralda, aplicando procesos de innovación. El Estado últimamente ha venido implementando diversos programas de fortalecimiento y apoyo al emprendimiento, razón por la cual este proyecto no será la excepción.

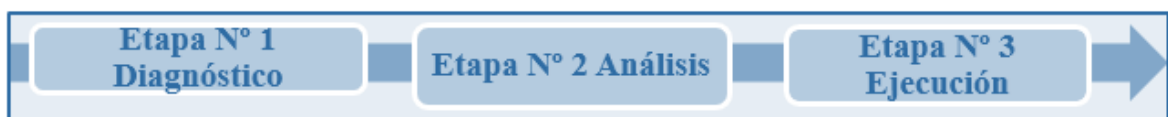
En concordancia con las Línea Investigativa: Innovación, Emprendimiento e Intra emprendimiento, este proyecto será una muestra de emprendimiento y desarrollo de una nueva idea de negocio, enfocada en el desarrollo innovador que será de gran aporte en el ámbito social, económico y ambiental.

5.4. Limitaciones del proyecto

Entre las limitaciones que se encuentran para el desarrollo del proyecto se encuentran las siguientes:

- Dificultad en el acceso a la información desde la formulación del proyecto.
- Información desactualizada.
- Aplicación del instrumento de recolección de datos.
- Tiempo y espacio disponible para la realizar las encuestas y entrevistas.
- Cambios constantes en la información recolectada.

5.5. Etapas metodológicas



Fuente: Figura 8. Etapas Metodológicas.

1. Se realizará el respectivo diagnóstico de la situación actual para así plantear el Plan de Negocio.
2. Se realizará el análisis correspondiente de lo hallado en el diagnóstico con el fin de avanzar hacia la ejecución del proyecto.
3. Se termina en la etapa de estudio de factibilidad del proyecto.

5.6. Descripción de la unidad de análisis

La escuela de arte especializada en arte urbano tiene como misión ofrecer programas de formación de arte urbano a la población joven que quiera desarrollar la creatividad, como idea innovadora la escuela de arte urbano realizará prácticas en espacios abiertos que generen un impacto visual a la comunidad de Pereira y dé a conocer a los futuros artistas; se realizarán alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas que promuevan y patrocinen el arte urbano en Pereira.

Clientes potenciales/mercado objetivo

Gente joven entre 14 y 28 años residentes en la ciudad de Pereira.

Los interesados en desarrollar la creatividad son jóvenes estudiantes de bachillerato, jóvenes egresados del colegio, jóvenes que aún no ingresan a la universidad, artistas que deseen perfeccionar técnicas de arte, jóvenes con ocupaciones diferentes al arte que quieran practicar nuevos talentos.

Competencia

En la ciudad de Pereira existen escuelas y talleres de arte que brindan este tipo de servicio, sin embargo, se podría decir que estas son pocas para la población joven que busca formación en arte urbano. De igual forma, las empresas que existen por lo general no tienen un plan de marketing fuerte, pocos pobladores tienen conocimiento de ofertas de formación en arte en la ciudad, sus servicios están orientados en música y artes plásticas, y no tienen esta especialidad en sus servicios; la Universidad Tecnológica de Pereira cuenta una facultad de Artes, sin embargo, el número de matriculados es muy poco.

En ese sentido, se tendría una gran ventaja frente a la competencia, sumado a esto, los procesos de innovación que se esperan llevar a cabo para captar mayor número de clientes.

Personal/colaboradores

La Escuela de artes con especialidad en arte urbano contara con los siguientes colaboradores:

- Gerente/Administrador.
- Asesor Contable y financiero
- Dos docentes
- Asistente logístico

5.7. Variables

Tabla 2. Unidad de análisis

Variable	Descripción	Clasificación	Escala	Indicadores
Satisfacción del cliente	Cumplimiento de expectativas al prestar un servicio	Cual/ Ordinal	Excelente Bueno regular malo	% satisfacción del cliente. /calidad del servicio
Personal	Conjunto de personas que laboran en una empresa	Cuant/ Discreta	N°	N° personal requeridas
Competencia	Varias empresas ofertan un mismo producto o servicio	Cuant/ Discreta	N°	N° empresas prestadoras del mismo servicio
Mercado	El mercado es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas. (economía.WS)	Cual/ Ordinal	Características	Características de los servicios prestados/ Investigar el mercado (encuestas)
Variable	Descripción	Clasificación	Escala	Indicadores
Satisfacción del cliente	Cumplimiento de expectativas al prestar un servicio	Cual/ Ordinal	Excelente Bueno regular malo	% satisfacción del cliente. /calidad del servicio
Personal	Conjunto de personas que laboran en una empresa	Cuant/ Discreta	N°	N° personal requeridas
Competencia	Varias empresas ofertan un mismo producto o servicio	Cuant/ Discreta	N°	N° empresas prestadoras del mismo servicio
Mercado	El mercado es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a cabo las ofertas,	Cual/ Ordinal	Caráctersticas	Características de los servicios prestados/ Investigar el mercado (encuestas)

	las demandas, las compras y las ventas. (economía.WS)			
--	--	--	--	--

5.8. Población, muestra, proceso y técnicas de muestreo

La población proyectada para el municipio de Pereira en el año 2024. (DANE, 2008)

Población: serán las personas que pertenecen a los estratos 2, 3 y 4 o empresas del Municipio de Pereira – Risaralda.

Muestra: Para el presente proyecto se presenta como muestras jóvenes entre 14 y 28 años.

Para el diseño de la muestra, a partir de las particularidades de la población objetivo. Se toma la decisión de asumir un estudio no probabilístico. Para este estudio se trabajará el muestreo por conveniencia En el cual se tendrá en cuenta las personas o entidades que pertenecen al nicho de mercado establecido para la escuela de arte especializada en arte urbano.

5.9. Instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación en la fase de diagnóstico se plantea como instrumento de recolección de la información el formato de encuesta, por medio de la cual se pretende determinar la actual demanda del mercado y las características que tienen los servicios prestados por la competencia, elementos importantes para la elaboración del plan de negocio y posterior creación de una escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira.

Tabla 2. Encuesta sobre preferencias de escuela arte urbano en la ciudad de Pereira
ENCUESTA SOBRE PREFERENCIAS DE ESCUELA ARTE URBANO EN LA CIUDAD DE PEREIRA

Objetivo de la encuesta: El objetivo de esta encuesta es comprender las preferencias para tomar clases de arte urbano, en una muestra representativa de la población de Pereira, Risaralda y el área Metropolitana, (Santa Rosa, Dosquebradas y La Virginia)

Población objetivo: La población objetivo para esta encuesta serán hombres y mujeres mayores de 18 años de la población de Pereira, Risaralda y el área Metropolitana, (Santa Rosa, Dosquebradas y La Virginia).

Muestra: Se utilizará un muestreo aleatorio simple para seleccionar una muestra representativa de la población objetivo. Se pretende obtener al menos 1000 respuestas válidas.

Diseño del cuestionario: El cuestionario se dividirá en secciones que abordarán diferentes aspectos de las Escuelas de Arte Urbano, incluyendo:

1. Información demográfica:

Edad: _____

Género: _____

Nivel educativo actual: _____

Ocupación: _____

Ciudad de residencia: _____

2. Experiencia en el campo del arte:

¿Tienes experiencia previa en el campo del arte? (Sí / No).

Si has estudiado en una escuela de arte o institución similar, ¿dónde lo hiciste?

3. Interés en escuelas de arte:

¿Te gustaría estudiar en una escuela de arte en el futuro? (Sí / No)

¿Cuál es tu principal motivo para estudiar en una escuela de arte? (Selecciona todas las que correspondan)

Mejorar habilidades artísticas.

Obtener una formación formal en arte.

Desarrollar una carrera en el campo del arte.

Ampliar mi red de contactos en el ámbito artístico.

Otro (especifica): _____

4. Aspectos importantes al elegir una escuela de arte:

**¿Qué factores son más importantes para ti al elegir una escuela de arte?
(Ordena de más importante a menos importante)**

Calidad del profesorado.

Variedad de programas y especialidades.

Instalaciones y recursos.

Prestigio y reconocimiento de la escuela.

Costo de la matrícula y posibles becas o ayudas financieras.

Ubicación geográfica de la escuela.

Otro (especifica): _____

5. Expectativas y necesidades:

¿Qué esperas lograr al estudiar en una escuela de arte?

¿Qué necesidades consideras que deberían ser cubiertas por una escuela de arte para satisfacer tus objetivos?

6. Formatos de estudio:

¿Qué formatos de estudio preferirías para cursar estudios en una escuela de arte? (Selecciona todas las que correspondan)

Clases presenciales a tiempo completo.

Clases presenciales a tiempo parcial.

Cursos en línea.

Talleres intensivos.

Otro (especifica): _____

7. Recursos y apoyo:

¿Qué tipo de recursos y apoyo te gustaría recibir por parte de una escuela de arte? (Selecciona todas las que correspondan)

Tutorías y asesoramiento académico.

Acceso a laboratorios y estudios de arte.

Oportunidades de exposición y promoción artística.

Bolsa de trabajo y oportunidades de prácticas.

Apoyo en la creación de portafolios y currículum vitae artísticos.

Otro (especifica): _____

8. Comentarios adicionales:

Si tienes algún comentario adicional o sugerencias sobre las escuelas de arte o esta encuesta, por favor escríbelos a continuación:

9. Consentimiento informado:

Agradecemos tu participación en esta encuesta. Al enviar tus respuestas, das tu consentimiento para que los datos recopilados sean utilizados con fines exclusivamente académicos y de investigación. Tus respuestas se mantendrán confidenciales.

Método de recolección de datos:

La encuesta se realizará a través de un cuestionario en línea. Se utilizarán plataformas de encuestas en línea para recopilar y almacenar las respuestas de los participantes.

Procedimiento de recolección de datos:

Se enviará el enlace de la encuesta a través de diferentes medios, como redes sociales, correos electrónicos y sitios web. Se incluirá una breve introducción explicando el propósito de la encuesta y la confidencialidad de las respuestas.

Análisis de datos:

Una vez completada la recolección de datos, se realizará un análisis estadístico utilizando software apropiado para identificar patrones y tendencias en las respuestas.

Limitaciones:

Se reconocen algunas limitaciones potenciales, como el sesgo de selección debido a la naturaleza en línea de la encuesta y la posibilidad de que los resultados no sean generalizables a toda la población de Pereira, Risaralda y el área Metropolitana, (Santa Rosa, Dosquebradas y La Virginia)..

Cronograma:

Se establecerá un cronograma para la recolección de datos, el análisis y la presentación de los resultados.

Ética:

Se garantizará la confidencialidad de los participantes y se obtendrá el consentimiento informado antes de que participen en la encuesta.

Fuente, Elaboración propia

Fuentes de la información:

Fuente primaria de información: Recolección mediante el instrumento de recolección de datos. (Ver Tabla 2 encuesta). Se diseñó una encuesta en la cual se recolectan datos concernientes a las variables de investigación.

Fuentes secundarias de información: Recolección de información en el sector, así mismo, la información proporcionada por parte del mercado del sector productivo, así como las diferentes agremiaciones y entidades relacionadas con los estudios estadísticos en el sector.

5.10. Nivel de investigación

El nivel de la presente investigación es exploratorio, de orden descriptivo puesto que, se presentan características, factores, procedimientos y la magnitud de un evento ocurrido y a la vez se valida la información recopilada en el trabajo de campo mediante el instrumento de recolección de datos.

5.11. Diseño de la investigación

Para el presente proyecto se trabajarán los siguientes tipos de investigación:


Investigación documental: Esta investigación se basa en datos estadísticos presentados por el sector, de igual forma, publicaciones relacionadas con la investigación, lo cual se hará un compendio de toda esta información para analizarla y aplicarla a la investigación.

Investigación de campo: La investigación de campo se realiza tomando información directamente del nicho del mercado identificado.

6. Ejecución del Proyecto

6.1. Descripción de la empresa

Tabla 3. Descripción empresa

Razón social	BASSART
Constitución:	La Escuela de Arte Urbano BASSART, pertenece al sector educativo y está constituida como persona natural, la cual se dedica a ofrecer una variedad de cursos, programas, técnicas y estilos de arte urbano, en la ciudad de Pereira Risaralda en el marco de la Ley 1503 de 2011.
Logo	

Fuente: Elaboración propia.

6.2 Estructura Organizacional

Misión

Brindar a los estudiantes las habilidades y el conocimiento necesarios para crear arte urbano significativo y poderoso. Lo hacemos ofreciendo una variedad de cursos y programas

que exploran diferentes técnicas y estilos de arte urbano, así como la historia y la cultura del movimiento. También animamos a nuestros estudiantes a participar en proyectos de arte comunitario, lo que les brinda la oportunidad de usar su arte para hacer una diferencia en el mundo.

Visión

Nuestra visión es que la Escuela de Arte Urbano sea un centro líder para el aprendizaje y la creación de arte urbano. Esperamos que nuestros estudiantes se gradúen como artistas hábiles y comprometidos que estén listos para usar su arte para hacer del mundo un lugar mejor.

Valores corporativos: los valores corporativos de la escuela de arte urbano BASSART son:

Integridad y confianza:

Ser congruentes con las ideas y los actos, actuar con honradez generar confianza y credibilidad antes nuestros proveedores, usuarios, clientes y colaboradores.

Respeto:

El buen trato, la equidad y el reconocimiento de los derechos de nuestros colaboradores rigen las relaciones humanas, se valora la diversidad y se busca siempre generar oportunidades contribuyendo al logro de los objetivos estratégicos de la escuela.

Innovación:

La continua mejora de los servicios y los diferentes procesos será una meta importante dado que nuestro campo de desarrollo requiere estar a la vanguardia de las tecnologías y de las nuevas metodologías didácticas.

6.3 Situación actual de la empresa

Política de compras.

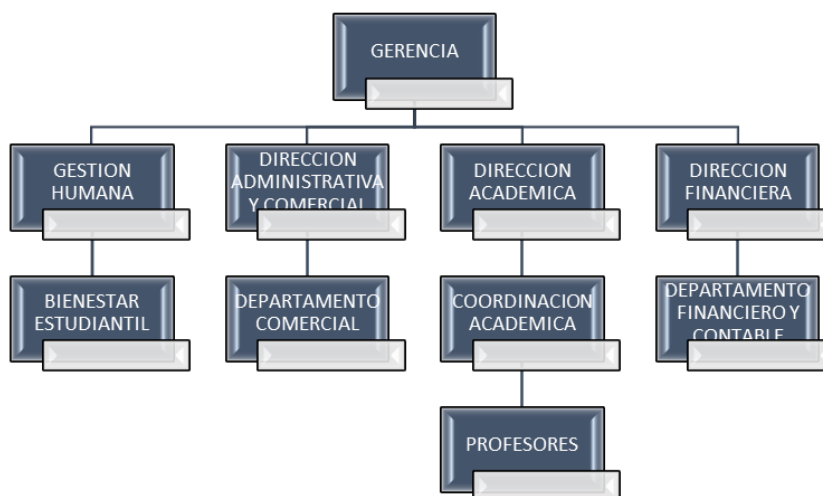
- Seleccionar de acuerdo con las políticas a los proveedores de tecnología e insumos.
- Hacer análisis a los precios ofertados por los diferentes proveedores.
- Tener un acuerdo sobre los descuentos y condiciones de pago a los proveedores.

Política de ventas.

- Los precios que maneja la empresa en sus cursos son en Moneda Nacional
- Los clientes de la empresa deberán depositar el dinero en una cuenta bancaria designada por la misma, cuando esto suceda la persona o institución educativa va a recibir una notificación de la transacción.
- Si se vende un curso de contado este anexara el comprobante con la totalidad del monto o dinero de la transferencia por medio electrónico.
- Sin excepción alguna todos los servicios que se adquieran deben ser facturados.

6.4 Estructura organizacional de la Escuela de Arte Urbano BASSART

Figura 5, Organigrama



Fuente. Elaboración propia.

La estructura organizacional de la Escuela de Arte Urbano BASSART, está diseñada de manera piramidal donde en la cabeza de la gerencia recae toda la responsabilidad a nivel empresarial y es quien define las políticas y directrices en la Escuela, así mismo cuenta con unos subniveles jerárquicos donde se tiene el área de Gestión Humana, de donde dependerá Bienestar Estudiantil, esta área sería la encargada de administrara el talento humano y atender las necesidades de los colaboradores y estudiantes, Dirección Administrativa y Comercial, de la cual dependería el Área comercial, serían los encargados del proceso de administrativo de la escuela y de otro lado la parte comercial, con lo que se busca posesionar la escuela, consecución de convenios y atraer nuevos estudiantes, está la Dirección Académica con la Coordinación Académica y Profesores, quienes serian los encargados del manejo de las clases, horarios, practicas, salidas de campo, por último la Dirección Financiera, en donde el área financiera contable, manejarían la parte financiera de la escuela.

Manual de funciones y responsabilidades.

La escuela de arte urbano ha definido los siguientes perfiles de acuerdo con la estructura de la organización, en ellos se describen los perfiles y funciones del cargo.

Gerencia.

Tabla 4. Manual de Funciones de Gerencia

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
Nivel: Especialización
Cargo: GERENTE
Dependencia: Dirección Escuela de Arte Urbano BASSART

Superior Inmediato: Junta de Socios
<p>Propósito del Cargo</p> <p>Dirigir la organización, desarrollando estrategias que permitan permanencia en el mercado, garantizar proyectos con indicadores positivos, incrementar el valor empresarial y el retorno para los accionistas, lograr fidelización y crecimiento, fortalecer la cultura del servicio y un plan de vida para los colaboradores.</p>
<p>Requisitos:</p> <p>Profesional en mercadeo y ventas, administración de empresas, economía, abogado, ingeniero industrial, ingeniería de sistemas especialista en Gerencia empresarial o afines a la administración</p> <p>Competencias especiales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad y cortesía • Lealtad • Liderazgo • Excelente Relaciones Interpersonales • Carácter • Toma de decisiones • Sentido de Pertenencia • Atención al cliente. • Orientación al logro. • trabajo en equipo. • Toma de decisiones.
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informar a la junta de socios del estado de cada una de las áreas de la organización. • Cumplir con los objetivos propuestos Rentabilidad, crecimiento, Margen • Participar activamente de la revisión por la dirección para determinar el estado de los procesos y apoyo en la generación de planes de acción

- Representar a la empresa en las actividades que sea requerido Establecer las políticas de todos los procesos de la organización. Participar activamente en el Comité Directivo y junta directiva
- Gestionar la información requerida por los clientes o entes externos relacionada con la organización.
- Desarrollar nuevos productos para el crecimiento de la compañía.
- Realizar alianzas estratégicas para garantizar la permanencia en el mercado y el direccionamiento del tema comercial
- Direccionar las estrategias de recaudo de la compañía.
- Direccionar el flujo de caja de la compañía.

Fuente: Elaboración propia

Gestión Humana.

Tabla 5. Manual de Funciones de Gestión Humana

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
Nivel: Psicóloga con Especialización
Cargo: DIRECTORA DE GESTION HUMANA
Dependencia: Dirección Escuela de Arte Urbano BASSART
Superior Inmediato: Dirección
<p>Propósito del Cargo</p> <p>El líder de Gestión humana tiene como propósito coordinar al personal, resolver los conflictos que se puedan presentar entre ellos, motivarlos, supervisarlos y en especial capacitarlos.</p> <p>Tiene la responsabilidad del correcto funcionamiento de la empresa en la administración del personal, elegir los candidatos que laboraran en la empresa cumpliendo con los lineamientos, objetivos operativos y comerciales necesarios.</p> <p>Apoyar al equipo de gestión humana en el reclutamiento del personal Administrativo y docentes.</p> <p>Garantizar la eficacia en los procesos cubriendo los vacantes de manera oportuna a nivel nacional.</p>

En general el Líder Nacional en Gestión humana se encarga de garantizar el cumplimiento en los procedimientos del proceso:
reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación, formación, retiro.

Requisitos:

Profesional en Psicología y/o Administradora de Empresas y /o Abogado y /o
Ingeniero industrial Especialista en Recursos humanos

Competencias especiales

- Liderazgo
- Enfocado a Resultados
- Comprometido con la empresa y con los empleados
- Objetivo
- Ordenado
- Capaz de sobrellevar los diferentes tipos de personalidad
- Entender a cada persona como un ser individual
- Excelente comunicación oral y escrita
- Excelente presentación personal
- Normativo
- Trabajo en Equipo

Funciones:

- Conocer y socializar con el equipo de trabajo, compromisos y rendir cuentas, tener presente el cumplimiento de requisitos al proceso
- Actualizar la caracterización del proceso gestión humana de acuerdo con la normatividad y requerimientos.
- Realizar los planes de acción y cierres a las no conformidades al proceso en cada sucursal.
- Registro, seguimiento y cumplimiento a los indicadores de medición del área de GH. indicadores de gestión en niveles óptimos para el buen servicio del área.
- Representante ante el sistema de gestión de Calidad, recopila las necesidades del equipo de líderes, realiza cambios documentales
- Participar activamente de las auditorías Externas e internas

- Apoyar en visitas comerciales de seguimiento y calificación de satisfacción del servicio
- Atracción y selección de talento humano.
- Búsqueda y evaluación de los perfiles más adecuados basados en su cultura, principios, valores y expectativas del talento humano que ingresará a la compañía. Análisis psicológicos. Entrevista a profundidad y pruebas psicotécnicas que mostrarán las competencias de determinados candidatos para ingresar, ascender o retirarse de la compañía, reclutamiento, pre-entrevistas, entrevistas por competencias, aplicación y calificación de pruebas psicotecnicas, elaboración de informes de selección, referencia.
- Realizar visita domiciliaria para personal nuevo y para personal de seguimiento
- Atención personalizada al empleado, registrar la petición y/o solicitud, y/o reclamación y/o inconformidad.
- Participación en Comité mensual para el seguimiento y cumplimiento de todas las funciones del área de GH

Fuente: Elaboración propia

Dirección Administrativa.

Tabla 6. Manual de Funciones de la Dirección Administrativa y Comercial

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
Nivel: Administrador de Empresas, Ingeniero Industrial, con Especialización o Maestría en Alta Gerencia
Cargo: DIRECCION ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL
Dependencia: Dirección Escuela de Arte Urbano BASSART
Superior Inmediato: Dirección
<p>Propósito del Cargo</p> <p>Planear, organizar y controlar las actividades de la empresa en los procesos relacionados con mejoramiento continuo, nomina, con el objetivo de apoyar a generar mayor rentabilidad, realizar toma de decisiones en forma oportuna y confiable en beneficio de la operación de la empresa. Crear lineamientos de control, análisis de</p>

costos directos, indirectos, gastos, supervisar cumplimiento de políticas, crear sinergia con las demás áreas operativas para lograr el objetivo.

Analizar la nómina del personal de la empresa al verificar procesos de los empleados y aclarar diversas dudas con la finalidad de garantizar una correcta ejecución, Tener actualizados los sueldos, pagar en tiempo y de acuerdo con la cantidad estipulada entre la empresa y el trabajador.

Requisitos:

Profesional en carreras administrativas, con título de postgrado en temas afines a la Administración del personal/ Gestión Humana/ Gerencia Empresarial

Competencias especiales

- Amabilidad y cortesía
- Lealtad
- Liderazgo
- Excelente Relaciones Interpersonales
- Carácter
- Toma de decisiones
- Sentido de Pertenencia
- Atención al cliente.
- Orientación al logro.
- Trabajo en equipo.
- Toma de decisiones.

Funciones:

Diagnosticar y caracterizar las capacidades y necesidades de los procesos relacionados Mejoramiento

Definir prioridades sobre planes y estrategias para el fortalecimiento de los procesos a cargo

Elaborar, validar y consolidar plan de acción.

Realizar seguimiento a los planes y Estrategias, informes de gestión y resultados de los procesos

Generar y aplicar las acciones correctivas, preventivas y de mejora

Actualizar el Organigrama, perfil de cargos y manual de funciones en conjunto con el equipo de gestión humana

Participar activamente en el Comité Directivo y en el proceso de Revisión Gerencial.

Participar activamente de las reuniones operativas con el equipo administrativo, 1 vez a la semana

Participar activamente de las reuniones Comité de capacitaciones

Fuente: Elaboración propia

Dirección Académica.

Tabla 7. Manual de Funciones de la Dirección Académica

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
Nivel: especialización requerida, diplomados, cursos entrenamientos. (por ejemplo: BPM, certificaciones ISO, higiene y seguridad salud en el trabajo, entre otros.)
Cargo: DIRECCION COMERCIAL
Dependencia: Dirección Escuela de Arte Urbano BASSART
Superior Inmediato: Gerencia
Propósito del Cargo Dirigir supervisar y garantizar el funcionamiento de la escuela de arte urbano.
Requisitos: Evaluación y gestión de proyectos educativos. Administración, comercialización, e implementación de estrategias en el campo de la formación
Funciones: Gestión administrativa Procurar el desarrollo y crecimiento comercial de la escuela de arte urbano Supervisar y aprobar pedidos gastos, compras, contrataciones, licitaciones a que hay lugar dentro del proceso administrativo y Evaluar y contratar instructores que

cumplan con los requerimientos de idoneidad y formación necesarios para garantizar la Proyectar y ejecutar presupuesto

Evaluar y formalizar alianzas estratégicas con entidades de formación para fortalecer nuestro portafolio de servicios

Supervisar y aprobar pedidos gastos, compras, contrataciones, licitaciones a que hay lugar dentro del proceso administrativo y Supervisar y aprobar pedidos gastos,

compras, contrataciones, licitaciones a que hay lugar dentro del proceso

administrativo y Supervisar y coordinar el cumplimiento de nuestras capacitaciones a nivel nacional

Fuente: Elaboración propia

Dirección Financiera.

Tabla 8. Manual de Funciones de la Dirección Financiera

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<p>Nivel: Administración de Empresas o Contador público. Especialista en Finanzas. Magíster en Administración de Empresas con Énfasis en Finanzas</p>
<p>Cargo: DIRECCION FINANCIERA</p>
<p>Dependencia: Dirección Escuela de Arte Urbano BASSART</p>
<p>Superior Inmediato: Gerencia</p>
<p>Propósito del Cargo</p> <p>Realizar el registro, el manejo sistemático y ordenado de todas las operaciones financieras (presupuestales, contables y de pago), de acuerdo con los parámetros establecidos por la escuela de arte urbano, para garantizar la optimización de los recursos financieros, la calidad, confiabilidad, razonabilidad y oportunidad de la información financiera de la Organización</p>

<p>Requisitos:</p> <p>Experiencia laboral mínima de seis (06) años y preferiblemente acreditado como auditor interno ISO-HSEQ, Finanzas corporativas, Normas NIIF, planeación estratégica, balance score card. Análisis e interpretación de estados financieros, elaboración de proyecciones financieras, análisis financieros</p>
<p>Funciones:</p> <p>Definir las políticas para el desarrollo eficiente y eficaz del proceso a nivel nacional.</p> <p>Participar activamente en el Comité Directivo y en el proceso de Revisión Gerencial</p> <p>Establecer las políticas para el direccionamiento del proceso de compras</p> <p>Establecer las políticas para la solicitud y legalización de anticipos</p> <p>Establecer las políticas para la legalización de cajas menores</p> <p>Establecer las políticas para el manejo de activos.</p>

Fuente: Elaboración propia

Bienestar Estudiantil.

Tabla 9. Manual de Funciones de Bienestar Estudiantil

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<p>Nivel:</p> <p>Licenciatura en psicología, Licenciatura en asesoramiento, Licenciatura en trabajo, social, Licenciatura en educación, Maestría en psicología, Maestría en asesoramiento, Maestría en trabajo social, Maestría en educación</p>
<p>Cargo: BIENESTAR ESTUDIANTIL</p>
<p>Dependencia: Dirección Escuela de Arte Urbano BASSART</p>
<p>Superior Inmediato: GESTION HUMANA</p>

Propósito del Cargo:

Asesoramiento académico: las personas de bienestar estudiantil pueden ayudar a los estudiantes a desarrollar habilidades de estudio, establecer metas y superar los desafíos académicos.

Asesoramiento emocional: las personas de bienestar estudiantil pueden proporcionar apoyo emocional a los estudiantes que están luchando con el estrés, la ansiedad o la depresión.

Prevención de la violencia: las personas de bienestar estudiantil pueden trabajar para crear un entorno seguro y saludable para los estudiantes, y pueden brindar apoyo a las víctimas de violencia.

Salud y bienestar: las personas de bienestar estudiantil pueden proporcionar información y recursos sobre salud física y mental, y pueden ayudar a los estudiantes a desarrollar hábitos saludables.

Vida estudiantil: las personas de bienestar estudiantil pueden ayudar a los estudiantes a conectarse con otros estudiantes, encontrar oportunidades de participación estudiantil y hacer un uso efectivo de su tiempo en la escuela.

Requisitos:

Licenciatura en psicología, asesoramiento, trabajo social, educación o un campo relacionado.

Experiencia trabajando con estudiantes.

Habilidades de comunicación y escucha.

Habilidades de resolución de problemas.

Habilidades de trabajo en equipo.

Confidencialidad.

Empatía.

Paciencia.
Resiliencia.
Funciones:
Proporcionar asesoramiento académico a los estudiantes que están luchando con sus estudios.
Brindar apoyo emocional a los estudiantes que están experimentando estrés, ansiedad o depresión.
Trabajar con estudiantes que han sido víctimas de violencia.
Brindar información y recursos sobre salud física y mental.
Ayudar a los estudiantes a conectarse con otros estudiantes y encontrar oportunidades de participación estudiantil.
Trabajar con estudiantes para desarrollar hábitos saludables.
Promover un entorno seguro y saludable para los estudiantes.

Fuente: Elaboración propia

Departamento Comercial.

Tabla 10. Manual de Funciones del Departamento Comercial

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
Nivel: Administrador de empresas, ingeniero industrial, mercadeo
Cargo: COMERCIAL
Dependencia: Dirección Escuela de Arte Urbano BASSART
Superior Inmediato: DIRECCION ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL
Propósito del Cargo Atraer estudiantes

<p>Generar ingresos para la organización a través de la ejecución de alianzas con empresas, organizaciones, entidades comerciales, gubernamentales, entre otros.</p>
<p>Requisitos:</p> <p>Profesional en mercadeo y ventas, administración de empresas, economía, ingeniero industrial preferiblemente especialista en mercadeo y ventas</p>
<p>Funciones:</p> <p>Elaborar los planes y acciones a corto y medio plazo para conseguir los objetivos marcados por la empresa, diseñando las estrategias necesarias y supervisando su aplicación.</p> <p>Dirigir las actividades de la red comercial existente, apoyando a la formación del equipo y motivándolo</p> <p>Aplicar la política de precios y condiciones de venta como lo requiere la compañía en margen, tarifa, rentabilidad.</p>

Fuente: Elaboración propia

Coordinación Académica.

Tabla 11. Manual de Funciones de la Coordinación Académica

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<p>Nivel:</p> <p>Licenciatura en educación, Licenciatura en administración de la educación, Licenciatura en pedagogía, Maestría en educación, Maestría en administración de la educación, Maestría en pedagogía</p>
<p>Cargo: COORDINACIÓN ACADÉMICA</p>
<p>Dependencia: Dirección Escuela de Arte Urbano BASSART</p>
<p>Superior Inmediato: DIRECCION ACADEMICA</p>

<p>Propósito del Cargo</p> <p>Desarrollar y ejecutar planes de estudios</p> <p>Coordinar el trabajo de los profesores</p> <p>Proporcionar orientación y apoyo a los estudiantes</p> <p>Desarrollar y administrar programas de apoyo académico</p> <p>Evaluar el rendimiento académico de los estudiantes</p> <p>Trabajar con padres y tutores</p>
<p>Requisitos:</p> <p>Licenciatura en educación o un campo relacionado, Experiencia trabajando con estudiantes, Habilidades de comunicación y escucha efectivas, Habilidades de resolución de problemas, Habilidades de trabajo en equipo, Habilidades de liderazgo, Habilidades de gestión del tiempo, Habilidades de investigación, Habilidades de planificación, Habilidades de organización, Habilidades de análisis, Habilidades de síntesis, Habilidades de presentación, Habilidades de escritura.</p>
<p>Funciones:</p> <p>Desarrollar y ejecutar planes de estudios, Coordinar el trabajo de los profesores, Proporcionar orientación y apoyo a los estudiantes, Desarrollar y administrar programas de apoyo académico, Evaluar el rendimiento académico de los estudiantes</p> <p>Trabajar con padres y tutores</p>

Fuente: Elaboración propia

Docente.

Tabla 12. Manual de Funciones del Docente

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
Nivel:

Licenciatura en educación, Licenciatura en pedagogía, Maestría en educación (MEd), Doctorado en educación (EdD)
Cargo: DOCENTE
Dependencia: Dirección Escuela de Arte Urbano BASSART
Superior Inmediato: COORDINACION ACADEMICA
<p>Propósito del Cargo</p> <p>Proporcionar una educación de alta calidad a los estudiantes, crear un ambiente de aprendizaje positivo y estimulante, y de ayudar a los estudiantes a desarrollar sus habilidades cognitivas, emocionales y sociales.</p>
<p>Requisitos:</p> <p>Licenciatura en educación, Licenciatura en pedagogía, Maestría en educación (MEd), Doctorado en educación (EdD)</p>
<p>Funciones:</p> <p>Planificar y desarrollar lecciones y actividades de aprendizaje.</p> <p>Evaluar el progreso de los estudiantes.</p> <p>Proporcionar retroalimentación a los estudiantes.</p> <p>Gestionar el comportamiento de los estudiantes.</p> <p>Construir relaciones con los estudiantes, los padres y los colegas.</p> <p>Colaborar con otros docentes y profesionales para apoyar el aprendizaje de los estudiantes.</p> <p>Participar en el desarrollo profesional continuo.</p>

Fuente: Elaboración propia

Departamento Financiero y Contable.

Tabla 13. Manual de Funciones del Líder Financiero y Contable

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<p>Nivel:</p> <p>Licenciatura en contabilidad, Licenciatura en finanzas, Maestría en administración de empresas (MBA) con concentración en finanzas, Maestría en contabilidad (MAcc), Doctorado en administración de empresas (DBA) con concentración en finanzas</p>
<p>Cargo: LIDER FINANCIERO Y CONTABLE</p>
<p>Dependencia: Dirección Escuela de Arte Urbano BASSART</p>
<p>Superior Inmediato: DIRECCION FINANCIERA</p>
<p>Propósito del Cargo</p> <p>Gestionar las finanzas de una empresa, tomar decisiones financieras estratégicas y asegurarse de que la empresa cumpla con las regulaciones gubernamentales</p>
<p>Requisitos:</p> <p>Licenciatura en contabilidad, finanzas o un campo relacionado.</p> <p>Experiencia laboral en finanzas o contabilidad.</p> <p>Conocimiento de los principios y prácticas contables.</p>
<p>Funciones:</p> <p>Desarrollar e implementar estrategias financieras para ayudar a la empresa a alcanzar sus objetivos.</p> <p>Supervisar las operaciones financieras de la empresa, incluyendo los ingresos, gastos, inversiones y pasivos.</p>

Preparar y analizar informes financieros para ayudar a los directivos a tomar decisiones.

Gestionar los riesgos financieros de la empresa, incluyendo el riesgo de crédito, el riesgo de mercado y el riesgo operativo.

Cumplir con las regulaciones gubernamentales relacionadas con las finanzas de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

6.5 Contexto interno de la organización.

La escuela de arte urbano BASSART se encuentra dentro del sector educativo, como una de las mejores escuelas de arte urbano en la ciudad de Pereira/Risaralda, se cuenta con un talento humano profesional idóneo y capacitado, quienes están a cargo de desarrollar metodologías que permiten alcanzar los objetivos trazados en los diferentes cursos, talleres actividades de aprendizaje.

Para la escuela de arte urbano BASSART es muy importante que el contenido, diseño y desarrollo de cada uno de los cursos, talleres y actividades, cumplan en su totalidad con las expectativas y necesidades de formación de nuestros clientes y usuarios.

6.6 Recursos y capacidades de la Escuela de Arte Urbano BASSART

Recursos Humanos.

Personal administrativo formado y capacitado en diferentes conocimientos administrativos que permiten el alcance de objetivos, así mismos docentes formados en los diferentes temas del arte urbano

Recursos Financieros.

Aportes económicos provenientes de socios y accionistas.

Recursos Materiales.

Sede ubicada en la ciudad de Pereira donde se encuentra la parte administrativa y se dicta la formación a los estudiantes.

6.7 Análisis Administrativo

Análisis del entorno.

A continuación, se realiza el análisis del entorno de la Escuela de Arte Urbano BASSART

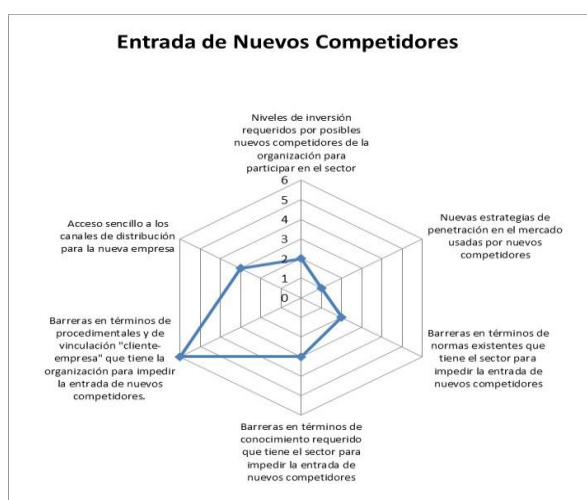


Figura 6. Entrada Nuevo Competidores

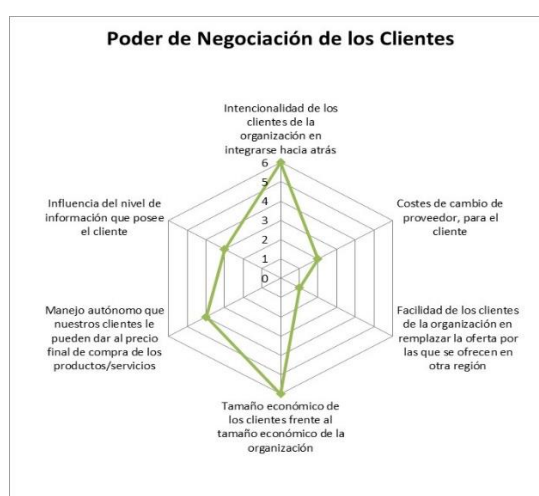


Figura 7. Poder de Negociación

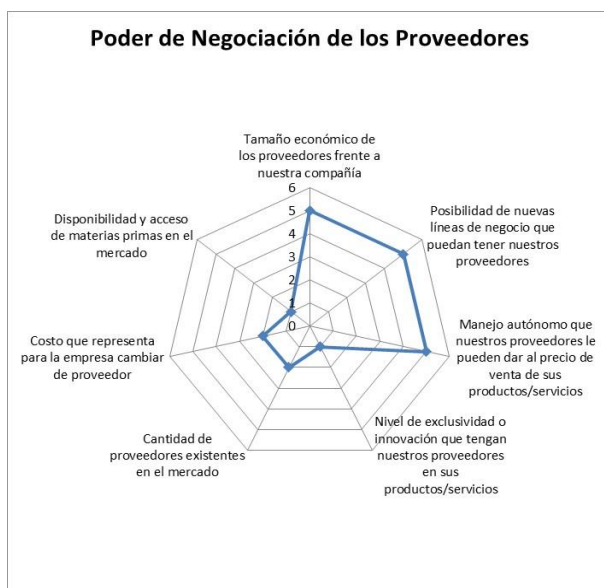


Figura 8. Poder Negociación Proveedores

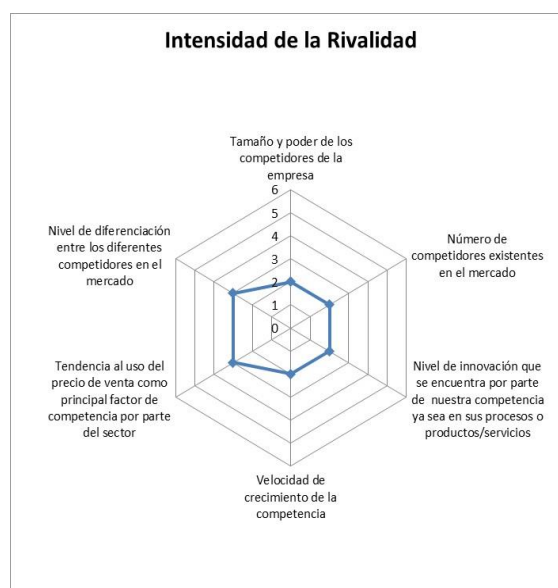


Figura 9. Intensidad de la Rivalidad

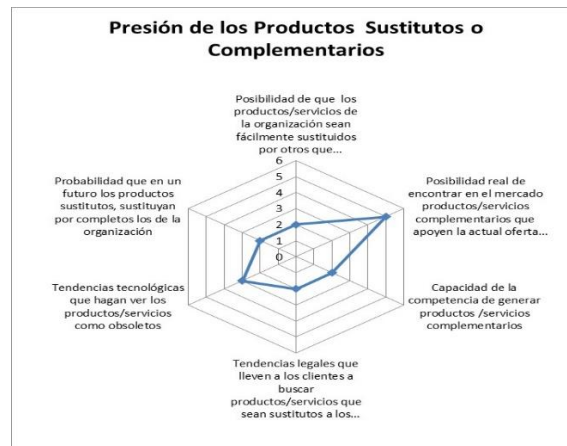


Figura 10. Presión de los Productos

MATRIZ MAFE -MEFI

El presente estudio de mercado contiene el análisis de las matrices MEFE Y MEFI donde se contemplan los factores internos y externos, oportunidades y amenazas, fortalezas y debilidades sobre el estudio de viabilidad para la creación de una escuela de arte especializada en arte urbano en la ciudad de Pereira; matriz PESTEL donde se observa el contexto político, económico, social, tecnológico, ecológico y laboral que tienen influencia en el estudio de viabilidad. Adicionalmente esta la matriz de las 5 fuerzas competitivas de PORTER, un estudio detallado los factores competitivos de en un entorno nacional e internacional.

Figura 11. MATRIZ MAFE -MEFI

AMENAZAS	PONDERACIÓN	TOTAL	TOTAL	CALIFICACION	
Nuevos competidores	0.2	4	0.8	4	MAYOR
Competencia desleal	0.06	3	0.18	3	MENOR
Carencia de profesionales calificados	0.2	4	0.8		
Parametros legales	0.2	4	0.8		
Demanda insuficiente	0.06	3	0.18		
OPORTUNIDADES	PONDERACIÓN	TOTAL	TOTAL	CALIFICACION	
Inmercion de nuevo mercado	0.03	2	0.06	2	MAYOR
Convenios interinstitucionales	0.03	2	0.06	1	MENOR
Apoyo del gobierno a la educacion no formal	0.03	2	0.06		
Expansion regional	0.2	1	0.19		
	1	Total	3.13		2.5
FORTALEZAS	PONDERACIÓN	SUBTOTAL	TOTAL	CALIFICACION	
Estructura y características de la población	0.3	1	0.3	2	MAYOR
Asistencia masiva a centros educativos	0.3	2	0.6	1	MENOR
Cultura	0.12	2	0.24		
Docentes calificados	0.12	2	0.24		
Espacios de practica	0.03	1	0.03		
DEBILIDADES	PONDERACIÓN	SUBTOTAL	TOTAL	CALIFICACION	
Costo de vida	0.03	4	0.12	4	MAYOR
Falta de espacios publicos	0.02	4	0.08	3	MENOR
Ausencia de capital humano	0.02	4	0.08		
Falta de interes de la poblacion	0.04	4	0.16		
No contar con permiso de espacio publico	0.02	4	0.08		
	1	Total	1.93		2.5

Fuente, Elaboración propia

Análisis Matriz PESTEL

Político. De acuerdo con las disposiciones legales vigentes en Colombia, el Decreto 114 del 15 enero de 1996, Por el cual se reglamenta la creación, organización y funcionamiento de programas e instituciones de educación no formal; son normas que ayudan a través del gobierno a reglamentar la formación en arte, a nivel regional se apoya con programas a comunidades y que aportan desarrollo social.

Económico. El Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico busca favorecer la educación de calidad en regiones y a su vez, mitigar las diferencias estructurales de ingreso al interior de la sociedad.

Guía de impuestos para artistas y creadores.

En 2021 la Superintendencia de Industria y Comercio, implementó la estrategia “Experiencias Creativas con la SIC”, con el fin de brindar herramientas y fortalecer la cadena de valor dentro de las industrias culturales y creativas del país.

Social. La importancia de realizar encuestas en para medir la satisfacción del arte callejero (mural y grafiti), como una de las técnicas contemporáneas por excelencia de manera periódica para mejorar la calidad.

Tecnológico. La tecnología que revoluciona el Street Art, Nos permite innovar en nuevos procesos educativos; La innovación tecnológica permite a los artistas investigar diferentes formas de expresarse y ofrecen experiencias muy interesantes: la realidad aumentada y la realidad virtual, las pantallas táctiles e internet son cada vez más importantes para que el público interactúe y disfrute del arte.

Legal. El programa de empleabilidad ayudará a pagos a los proveedores dentro del régimen de impuestos, Posicionamiento de la escuela de arte por la oportunidad de empleabilidad de los estudiantes

6.2 Constitución de Empresa y Aspectos Legales

- a) Seleccionar un nombre para la escuela.
- b) Obtener un certificado de existencia y representación legal.
- c) Inscribir la escuela en la Cámara de Comercio.
- d) Obtener un permiso de funcionamiento de la Secretaría de Educación.
- e) Registrar la escuela ante el Ministerio de Educación.

6.4 Análisis Técnico

Proceso de Servicios de la escuela de Arte:

Las escuelas de arte urbano ofrecen una variedad de servicios, que incluyen:

- a) Cursos y talleres sobre diferentes técnicas y estilos de arte urbano, incluyendo graffiti, muralismo, arte callejero y arte de performance.
- b) Charlas y talleres sobre la historia y la cultura del arte urbano.
- c) Proyectos de arte comunitario que permiten a los estudiantes usar su arte para hacer una diferencia en el mundo.
- d) Colaboraciones con otras organizaciones comunitarias para promover el arte urbano y su importancia.
- e) Exposiciones y festivales de arte urbano.
- f) Premios y reconocimientos para los artistas urbanos.

La escuela de arte urbano ayuda a promover el arte urbano como una forma legítima de expresión artística, y brinda a los estudiantes la oportunidad de aprender sobre diferentes técnicas y estilos de arte urbano, así como la historia y la cultura del movimiento.

Descripción del Proceso Pedagógico.

El proceso pedagógico está diseñado para brindar a los estudiantes las habilidades y el conocimiento necesarios para crear arte urbano significativo y poderoso. Lo hacemos ofreciendo una variedad de cursos y programas que exploran diferentes técnicas y estilos de arte urbano, así como la historia y la cultura del movimiento. También anima a los estudiantes a participar en proyectos de arte comunitario, lo que les brinda la oportunidad de usar su arte para hacer una diferencia en el mundo.

El proceso pedagógico de la escuela de arte urbano se divide en tres etapas:

Aprendizaje básico

En esta etapa, los estudiantes aprenden sobre los fundamentos del arte urbano, como la historia del movimiento, las diferentes técnicas y estilos, y los materiales y herramientas

utilizados. También aprenden sobre la importancia de la creatividad, la innovación y la expresión artística.

Aprendizaje avanzado

En esta etapa, los estudiantes profundizan en su conocimiento de las diferentes técnicas y estilos de arte urbano. También aprenden sobre la historia y la cultura del movimiento, y sobre cómo usar su arte para hacer una diferencia en el mundo.

Práctica profesional

En esta etapa, los estudiantes tienen la posibilidad de poner en práctica sus habilidades y conocimientos en proyectos de arte urbano reales. Pueden trabajar en proyectos individuales o en equipo, y pueden elegir trabajar en una variedad de medios, como murales, graffiti, arte callejero y arte de performance.

El proceso pedagógico de la escuela de arte urbano está diseñado para brindar a los estudiantes las habilidades y el conocimiento necesarios para crear arte urbano significativo y poderoso. También está diseñado para ayudar a los estudiantes a desarrollar su creatividad, su innovación y su expresión artística.

Localización del Negocio.

El Municipio de Pereira está localizado a 4 grados 49 minutos de latitud norte, 75 grados 42 minutos de longitud y 1.411 metros sobre el nivel del mar; en el centro de la región occidental del territorio colombiano, en un pequeño valle formado por la terminación de un contra fuerte que se desprende de la cordillera. Sus límites son: Al Sur, con los municipios de Ulloa (Departamento del Valle), Filandia y Salento (Departamento del Quindío). Al Oriente, con el Departamento del Tolima, con Anzoategui, Santa Isabel, Ibagué y zona de los nevados. Al Occidente, con los municipios de Cartago, Anserma Nuevo (Departamento del Valle), Balboa, La Virginia (Departamento de Risaralda) . (Secretaría de Planeación Dosquebradas, 2020).

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1 Estudio de factibilidad financiera y económica

Tabla 14. Presentación de operación del proyecto.

PRESENTACIÓN GENERAL DE OPERACIÓN DEL PROYECTO			
COSTOS POR PERIODO DEL PROYECTO	\$	18.200.000	
INGRESOS POR PERIODO DEL PROYECTO	\$	50.000.000	UTILIDAD BRUTA EN PORCENTAJE
UTILIDAD BRUTA POR PERIODO	\$	31.800.000	% 63,6
COSTOS PRE OPERATIVOS DEL PROYECTO	\$	40.000.000	

Fuente: Elaboración propia

Se presenta la información correspondiente a la operación general del proyecto, en el cual se calcula una utilidad bruta generada del **63,6%**. Es importante precisar que esta utilidad, no es determinante para determinar la viabilidad financiera y económica del proyecto. Para este es necesario complementar el estudio con las respectivas proyecciones de los estados financieros y calcular la rentabilidad de la inversión propuesta.

7.2 Resumen de Operación por periodos.

Tabla 15. Resumen de Operación por Periodo.

RESUMEN DE OPERACIÓN POR PERIODOS					
COSTOS DEL PROYECTO	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
OPERACIÓN POR PERIODO	\$ 18.200.000	\$ 20.343.960	\$ 22.487.920	\$ 24.631.880	\$ 26.775.840
INGRESOS POR PERIODO	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000
UTILIDAD OPERATIVA DEL PERIODO	\$ 31.800.000,00	\$ 29.656.040,00	\$ 27.512.080,00	\$ 25.368.120,00	\$ 23.224.160,00
IMPUESTOS 35%	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00
UTILIDAD NETA SIN GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 14.300.000,00	\$ 12.156.040,00	\$ 10.012.080,00	\$ 7.868.120,00	\$ 5.724.160,00

Fuente: Elaboración propia

Para empezar el estudio de factibilidad financiera y económica de la opción de grado, se tienen en cuenta términos como; costos por periodo, ingresos por periodo, utilidad bruta, gastos de administración y ventas, utilidad operativa, impuestos del 35% y una

utilidad neta, para comprender las cifras anteriores se debe hacer referencia en que los costos de operación del proyecto, en la presente proyección aumentaron por periodo, teniendo como referencia la inflación actual en el país, así mismo, factores del macro entorno, relacionados en los análisis anteriores estudios en el presente proyecto, para este sector específico. Los ingresos se proyectan con valores estacionarios, sin influencias adicionales, con el fin de determinar un estudio de factibilidad más crítico, de cara a establecer análisis más cercano a la realidad, lo anterior, con la intención de exigir de gran forma al modelo financiero implementado en la evaluación financiera del Proyecto.

7.3 Estado de Resultados

Tabla 16. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO					
ITEM	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
(+)INGRESOS	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00
(-) COSTOS TOTALES	\$ 18.200.000,00	\$ 20.343.960,00	\$ 22.487.920,00	\$ 24.631.880,00	\$ 26.775.840,00
(=) UTILIDAD OPERATIVA	\$ 31.800.000,00	\$ 29.656.040,00	\$ 27.512.080,00	\$ 25.368.120,00	\$ 23.224.160,00
(-) IMPUESTOS 35 %	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00
(-) GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 910.000,00	\$ 1.017.198,00	\$ 1.124.396,00	\$ 1.231.594,00	\$ 1.338.792,00
(=) UTILIDAD NETA	\$ 13.390.000,00	\$ 11.138.842,00	\$ 8.887.684,00	\$ 6.636.526,00	\$ 4.385.368,00

Fuente: Elaboración propia

En el estudio de factibilidad financiero se tiene el presente estado de resultados con la intención de hacer el ejercicio y conocer si el proyecto obtendrá ganancias o pérdidas en un periodo determinado de 5 periodos, teniendo en cuenta diferentes cifras como ingresos, gastos, entre otras, como se puede observar, la utilidad neta presenta una proyección muy interesante, la cual, se encuentra en aumento en cada uno de los periodos. **Sin embargo, en el último periodo, se presenta una baja importante en la utilidad, esto se presenta, porque los costos se proyectan con aumentos afectados por factores macro, mientras que los ingresos se mantienen, en un estudio de factibilidad más crítico. Esto indica, la**

necesidad técnica, de mantener un ingreso constante en los ingresos, con el fin de que el proyecto sea viable en el tiempo para quienes lo venden y ejecutan.

Es importante precisar, que el estado de resultados presenta las utilidades netas de la operación, sin embargo, aún no se puede asegurar un porcentaje específico de rentabilidad, para ello, se deben conocer otros estados financieros complementarios para su respectivo cálculo, los cuales se presentan a continuación.

7.4 Flujo de Caja

Tabla 17. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA					
INGRESOS	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
INGRESOS DIRECTOS	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00
TOTAL INGRESOS	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00
EGRESOS					
IMPUESTOS PAGADOS	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00	\$ 17.500.000,00
OPERACIÓN MENSUAL	\$ 18.200.000,00	\$ 20.343.960,00	\$ 22.487.920,00	\$ 24.631.880,00	\$ 26.775.840,00
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 910.000,00	\$ 1.017.198,00	\$ 1.124.396,00	\$ 1.231.594,00	\$ 1.338.792,00
TOTAL EGRESOS	\$ 36.610.000,00	\$ 38.861.158,00	\$ 41.112.316,00	\$ 43.363.474,00	\$ 45.614.632,00
SUPERAVIT / DEFICIT	\$ 13.390.000,00	\$ 11.138.842,00	\$ 8.887.684,00	\$ 6.636.526,00	\$ 4.385.368,00
SALDO INICIAL EN CAJA	0	\$ 13.390.000,00	\$ 24.528.842,00	\$ 33.416.526,00	\$ 40.053.052,00
SALDO FINAL	\$ 13.390.000,00	\$ 24.528.842,00	\$ 33.416.526,00	\$ 40.053.052,00	\$ 44.438.420,00

Fuente: Elaboración propia

El flujo de caja es esencial para determinar la factibilidad financiera en los proyectos, ya que a partir de los informes arrojados por el mismo, se da a conocer la liquidez que presenta la unidad de negocio, en la representación del flujo de efectivo se pueden ver los ingresos, egresos que se presentan en detalle, en 5 periodos y se puede observar que se tienen unos saldos finales positivos, lo cual indica que en estas condiciones específicas, este proyecto presentaría una buena salud en el flujo de efectivo, el cual, se destina generalmente para cubrir las obligaciones a corto plazo generalmente. Teniendo en cuenta que las proyecciones realizadas en el presente estudio se toman como factibles siempre y cuando los flujos generados no se retiren del proyecto.

7.5 Estudio de Factibilidad Financiera

Tabla 18. Evaluación Financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA		
PERIODO	FLUJOS DE EFECTIVO	TIO
0	\$ (40.000.000)	
1	\$ 13.390.000,00	3,00%
2	\$ 11.138.842,00	
3	\$ 8.887.684,00	
4	\$ 6.636.526,00	
5	\$ 4.385.368,00	

VP	\$ (40.000.000)
VF	44.438.420,00
TIR	11%

RCB	VP INGRESOS CON BASE EN TIO	\$ 41.312.241,14
	VP EGRESOS (INV)	\$ (40.000.000)
	RCB	1,032806028

Fuente: Elaboración propia

En el presente estudio de factibilidad financiera, el valor presente neto con base en TIO para el cálculo del RCB tiene un resultado positivo, lo que indica que el proyecto, siguiendo y manteniendo las condiciones presentadas, podrá producir efectivo en su desarrollo normal.

Se calcula la TIR par el proyecto, en este caso es del **11%**, esta es mayor a la tasa de referencia actual del 10%. Así mismo, se determina que la TIR calculada es confiable, ya que se encuentra en una proporción real para efectos de comparación y evaluación.

En cuanto a la Relación Costo Beneficio, se presenta un RCB de **1,032**, este valor es bastante alto, precisamente, porque se tiene en cuenta una proyección de ingresos constantes, y no se plantean pérdidas en los ingresos en los periodos de evaluación.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede definir que el proyecto, representa un proyecto de negocio viable, teniendo muy presente que, manteniendo las condiciones anteriormente descritas, esta unidad de negocio arrojará una TIR del **11%**. Representando beneficios y rentabilidad para los inversionistas, así mismo, es importante aclarar, que, para mantener dicha

proyección financiera, es importante que los flujos generados en cada periodo se mantengan dentro del proyecto, lo cual representa un escenario normal para los proyectos de emprendimiento en su fase inicial.

En las condiciones establecidas en este estudio de factibilidad financiera, se puede observar que el presente proyecto, requiere como mínimo, unos ingresos por periodo, de \$ 50.000.000 para que pueda ser viable financieramente, esto requiere que, desde la Gerencia del Proyecto, se establezcan estrategias para mantener los ingresos altos a través de los periodos, así mismo, que los recursos generados se mantengan dentro del proyecto en su posible ejecución.

8. Conclusiones

- Hay un claro mercado potencial para una escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira. La escuela de arte urbano sería un activo valioso para la comunidad y contribuiría a promover el arte y la cultura en la ciudad.
- La factibilidad técnica para la creación de una escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira en el año 2023 es alta. La escuela sería un proyecto exitoso y contribuiría a promover el arte y la cultura en la ciudad.
- Los requerimientos administrativos para la creación de una escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira son los siguientes:

Registro mercantil: La escuela debe estar registrada en la Cámara de Comercio de Pereira.

Licencia de funcionamiento: La escuela debe obtener una licencia de funcionamiento del Municipio de Pereira.

Certificado de uso del suelo: La escuela debe contar con un certificado de uso del suelo que permita la actividad de enseñanza.

Seguros: La escuela debe contratar seguros para los estudiantes, los docentes y el personal administrativo.

Plan de seguridad: La escuela debe tener un plan de seguridad para proteger a los estudiantes, los docentes y el personal administrativo de cualquier riesgo.

Plan de emergencia: La escuela debe tener un plan de emergencia para actuar en caso de cualquier eventualidad.

Además de estos requerimientos administrativos, la escuela debe cumplir con los siguientes requisitos:

Contar con un equipo docente calificado: El equipo docente debe estar compuesto por artistas urbanos profesionales con experiencia en la enseñanza.

Contar con una infraestructura adecuada: La infraestructura debe contar con aulas equipadas con las herramientas y materiales necesarios para las clases, así como con un espacio para la exhibición de las obras de los estudiantes.

Tener un plan de marketing eficaz: El plan de marketing debe estar enfocado a llegar a los jóvenes que están interesados en aprender sobre el arte urbano.

Con una buena planificación y cumplimiento de los requisitos administrativos, la escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira sería un proyecto exitoso.

La escuela contribuiría a promover el arte y la cultura en la ciudad, y sería un activo valioso para la comunidad.

- El plan de negocio muestra que la escuela de arte con especialidad en arte urbano en la ciudad de Pereira es un proyecto viable y rentable. La escuela tiene un mercado potencial amplio y creciente, un equipo docente experimentado, una tarifa de matrícula asequible y un plan financiero sólido.

9. Recomendaciones

La creación de una escuela de arte especializada en arte urbano en la ciudad de Pereira en el año 2023 es un proyecto viable y rentable. La escuela tendría un mercado potencial amplio y creciente, un equipo docente experimentado, una tarifa de matrícula asequible y un plan financiero sólido.

Sin embargo, es importante tener en cuenta algunas recomendaciones para que el proyecto sea exitoso:

- a) Escoger un buen lugar para la escuela. La escuela debe estar ubicada en un lugar céntrico, de fácil acceso para los estudiantes.
- b) Ofrecer una variedad de cursos. La escuela debe ofrecer una variedad de cursos, desde los más básicos hasta los más avanzados.
- c) Contratar a un equipo docente experimentado. El equipo docente debe estar compuesto por artistas urbanos profesionales con experiencia en la enseñanza.
- d) Tener un plan de marketing eficaz. El plan de marketing debe estar enfocado a llegar a los jóvenes que están interesados en aprender sobre el arte urbano.

Con una buena planificación y ejecución, la escuela de arte especializada en arte urbano en la ciudad de Pereira sería un proyecto exitoso. La escuela contribuiría a promover el arte y la cultura en la ciudad, y sería un activo valioso para la comunidad.

Se dejan algunas recomendaciones adicionales como:

- Trabajar con la comunidad. La escuela puede trabajar con la comunidad para organizar eventos y actividades que promuevan el arte urbano. Esto ayudaría a generar interés en la escuela y a atraer estudiantes.
- Ofrecer becas. La escuela puede ofrecer becas para los estudiantes que no puedan pagar la matrícula completa. Esto ayudaría a hacer que la escuela sea más accesible para todos.
- Ser innovadora. La escuela puede ofrecer cursos y programas innovadores que no se ofrecen en otras escuelas de arte. Esto ayudaría a diferenciar la escuela de sus competidores.

Siguiendo estas recomendaciones, la escuela de arte especializada en arte urbano en la ciudad de Pereira podría tener una buena proyección de ser un proyecto exitoso.

Referencias

- alhama, R., arrastra, & martinez. (s.f.). *https://www.eumed.net/*. Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/rab/index.htm>
- Colombiamania*. (s.f.). Obtenido de <http://www.colombiamania.com/departamentos/risaralda.html>
- Concepto. (s.f.). *Arte Callejero*. Obtenido de <https://concepto.de/arte-callejero/#ixzz7zU2HdCA1>
- Cordoba, H. N., & Lemus, M. C. (2016). Obtenido de <https://docplayer.es/74389657-Estudio-de-factibilidad-para-la-creacion-de-una-empresa-dedicada-a-la-promocion-de-eventos-corporativos-en-la-ciudad-de-tulua.html>
- DANE. (8 de MARZO de 2008). Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/MProyeccionesMunicipalesedadsexo.pdf
- DANE. (2018). *DANE*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentaciones-territorio/190731-CNPV-presentacion-Risaralda-Pereira.pdf>
- DANE. (30 de septiembre de 2021). Recuperado el 29 de JUNIO de 2023, de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/210924-InfoDane-Pereira-Risaralda.pdf>.
- EALDE. (22 de Agosto de 2019). Obtenido de <https://www.ealde.es/teorias-emprendimiento-emprender/>
- Ferrari, F. j. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/sector-terciario-servicios.html>
- Fotografias Colombia*. (2018). Obtenido de Colombia: mapa y geografía: https://www.voyagesphotosmanu.com/mapa_geografico_colombia.html

france24. (7 de Mayo de 2018). *france24*. Obtenido de

<https://www.france24.com/es/20180507-historia-mayo-68-francia-estudiantes>

GOV.CO. (8 de JUNIO de 2022). Obtenido de

<https://www.risaralda.gov.co/publicaciones/156729/con-la-iniciativa-crecer-emprendedores-de-risaralda-podran-acceder-a-capital-semilla/>

GOV.CO, C. A. (10 de Diciembre de 2017). Obtenido de

<https://culturantioquia.gov.co/?p=5190>

Grupo Geard. (s.f.). *www.grupogeard.com*. Obtenido de

<https://grupogeard.com/co/blog/convocatorias/educacion-informal-acredita/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20Ministerio%20de%20Educaci%C3%B3n,%20competencias%20t%C3%A9cnicas%20y%20pr%C3%A1cticas.>

Leonardo, M. R. (2017). *Repositorio institucional UCC*. Obtenido de

<https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/9448>

Ochoa, M. E. (2017). Obtenido de

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/16413/CREACI%C3%93N%20EMPRESA%20PRESTADORA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Olivares, D. (2019). *Muy pymes*. Obtenido de <https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio>

Parra, C. (2019). *rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-stakeholder/>

Periche, M. B. (2017). *repositorio dspace*. Obtenido de

<http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12423/1481>

Resico, M. F. (s.f.). Obtenido de

https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=af88be89-b222-f334-8d82-b4aad8a1e3af&groupId=252038

Sanchez, R. J. (2018). *IMEP*. Obtenido de <https://www.protocoloimep.com/articulos/que-es-un-evento-y-clasificacion/>

Secretaría de Planeación Dosquebradas. (2020). *Diagnóstico*. Dosquebradas.

Siete - sistema de información estadística territorial. (s.f.). Obtenido de

<http://siete.risaralda.gov.co/SIETE/estadistica.php?Dato=010101&Subnivel=0101&Nivel=01&Codigo=170>

Vesga, R. (s.f.). Obtenido de

<https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

Bibliografía

- alhama, R., arrastra, & martinez. (s.f.). *https://www.eumed.net/*. Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/rab/index.htm>
- Colombiamania*. (s.f.). Obtenido de <http://www.colombiamania.com/departamentos/risaralda.html>
- Concepto. (s.f.). *Arte Callejero*. Obtenido de <https://concepto.de/arte-callejero/#ixzz7zU2HdCA1>
- Cordoba, H. N., & Lemus, M. C. (2016). Obtenido de <https://docplayer.es/74389657-Estudio-de-factibilidad-para-la-creacion-de-una-empresa-dedicada-a-la-promocion-de-eventos-corporativos-en-la-ciudad-de-tulua.html>
- DANE. (8 de MARZO de 2008). Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/MProyeccionesMunicipalesedadsexo.pdf
- DANE. (2018). *DANE*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentaciones-territorio/190731-CNPV-presentacion-Risaralda-Pereira.pdf>
- DANE. (30 de septiembre de 2021). Recuperado el 29 de JUNIO de 2023, de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/210924-InfoDane-Pereira-Risaralda.pdf>.
- EALDE. (22 de Agosto de 2019). Obtenido de <https://www.ealde.es/teorias-emprendimiento-emprender/>
- Ferrari, F. j. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/sector-terciario-servicios.html>
- Fotografías Colombia*. (2018). Obtenido de Colombia: mapa y geografía: https://www.voyagesphotosmanu.com/mapa_geografico_colombia.html

france24. (7 de Mayo de 2018). *france24*. Obtenido de

<https://www.france24.com/es/20180507-historia-mayo-68-francia-estudiantes>

GOV.CO. (8 de JUNIO de 2022). Obtenido de

<https://www.risaralda.gov.co/publicaciones/156729/con-la-iniciativa-crecer-emprendedores-de-risaralda-podran-acceder-a-capital-semilla/>

GOV.CO, C. A. (10 de Diciembre de 2017). Obtenido de

<https://culturantioquia.gov.co/?p=5190>

Grupo Geard. (s.f.). *www.grupogeard.com*. Obtenido de

<https://grupogeard.com/co/blog/convocatorias/educacion-informal-acredita/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20Ministerio%20de%20Educaci%C3%B3n,%20competencias%20t%C3%A9cnicas%20y%20pr%C3%A1cticas.>

Leonardo, M. R. (2017). *Repositorio institucional UCC*. Obtenido de

<https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/9448>

Ochoa, M. E. (2017). Obtenido de

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/16413/CREACI%C3%93N%20EMPRESA%20PRESTADORA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Olivares, D. (2019). *Muy pymes*. Obtenido de <https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio>

Parra, C. (2019). *rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-stakeholder/>

Periche, M. B. (2017). *repositorio dspace*. Obtenido de

<http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12423/1481>

Resico, M. F. (s.f.). Obtenido de

https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=af88be89-b222-f334-8d82-b4aad8a1e3af&groupId=252038

Sanchez, R. J. (2018). *IMEP*. Obtenido de <https://www.protocoloimep.com/articulos/que-es-un-evento-y-clasificacion/>

Secretaría de Planeación Dosquebradas. (2020). *Diagnóstico*. Dosquebradas.

Siete - sistema de información estadística territorial. (s.f.). Obtenido de

<http://siete.risaralda.gov.co/SIETE/estadistica.php?Dato=010101&Subnivel=0101&Nivel=01&Codigo=170>

Vesga, R. (s.f.). Obtenido de

<https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

Alcántara, A. (2018). Arte urbano, espacio público y educación. Elementos para la transformación social. *Quaderns d'animació i educació social*, 27, 4-16.

Drucker, PE (1954). La práctica de la gestión Harper&Row. *Nueva York* , 225 .