	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 1 de 8


FECHA | jueves, 10 de diciembre de 2020

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Seccional Girardot
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Balcazar Jaimes	Vanessa	1070626049
Martinez Ramirez	Hernan Camilo	1019113555

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 2 de 8

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Serrano Mendoza	Arturo

TÍTULO DEL DOCUMENTO
PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ESTUDIO DE GRABACIÓN PROFESIONAL EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOR AÑO 2020

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
Administrador de empresas

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
10/12/2020	120

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1. Grabación	Recording
2. Mezcla	Mixture
3. Acústica	Acoustics
4. Talento	Talent
5. Factibilidad	Feasibility
6. Diversificación	Diversification

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 3 de 8

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

El presente documento es un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la grabación musical profesional en la ciudad de Girardot, que apoya el desarrollo de la cultura en todos los municipios de la provincia del Alto Magdalena.

La factibilidad del proyecto se demuestra un conjunto de elementos administrativos, financieros, legales, comerciales, económicos, técnicos, ambientales, políticos, sociales y culturales dirigido a el municipio de Girardot y enfocado en la importancia de contar con un estudio de grabación profesional para llevar la parte cultural del municipio a un nivel profesional.

La música como componente cultural de las sociedades, es una pieza clave para indagar y entender la factibilidad de crear una empresa dedicada a la grabación profesional de música, donde se puede evidenciar una oportunidad de negocio diferente a la que los ciudadanos de Girardot están acostumbrados permitiendo generar un alto valor cultural del municipio reconocido a nivel nacional.

Una vez elaborado el estudio de factibilidad y de haber sido viable y sostenible, se realiza la creación del estudio de grabación en el municipio de Girardot, con el fin de aprovechar todos los estudios realizados en una oportunidad de negocio que no solo favorecerá a los autores del proyecto sino a todas las personas que aman la música y ven una oportunidad de hacer una carrera musical profesional.

This document is a feasibility project for the creation of a company dedicated to professional music recording in the city of Girardot, which supports the



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 4 de 8

development of culture in all the municipalities of the Alto Magdalena province.

The feasibility of the project demonstrates a set of administrative, financial, legal, commercial, economic, technical, environmental, political, social and cultural elements aimed at the municipality of Girardot and focused on the importance of having a professional recording studio to take the cultural part of the municipality at a professional level.

Music as a cultural component of societies is a key piece to investigate and understand the feasibility of creating a company dedicated to professional music recording, where a business opportunity different from the one that the citizens of Girardot are accustomed can be evidenced by allowing generate a high cultural value of the municipality recognized nationally.

Once the feasibility study has been prepared and if it has been viable and sustainable, the recording studio is created in the municipality of Girardot, in order to take advantage of all the studies carried out in a business opportunity that will not only favor the authors of the project but to all the people who love music and see an opportunity to make a professional music career.

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 5 de 8

3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, *“Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”*, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 6 de 8

está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI ___ NO X.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titulares del derecho de autor, conferimos a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 7 de 8

contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 8 de 8

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión	Tipo de documento
1. PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ESTUDIO DE GRABACIÓN PROFESIONAL EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOR AÑO 2020.pdf	Texto
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
Balcazar Jaimes Vanessa	
Martinez Ramirez Hernan Camilo	

21.1-51.20.



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ESTUDIO DE
GRABACIÓN PROFESIONAL EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT, AÑO 2020

VANESSA BALCAZAR JAIMES
HERNAN CAMILO MARTINEZ RAMIREZ

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT
2020

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ESTUDIO DE
GRABACIÓN PROFESIONAL EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT, AÑO 2020

VANESSA BALCAZAR JAIMES
HERNAN CAMILO MARTINEZ RAMIREZ

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar el Título de
Administrador de Empresas

ARTURO SERRANO MENDOZA
Director de trabajo

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT
2020

CONTENIDO

TEMA DE INVESTIGACIÓN	4
INTRODUCCION.....	5
1. OBJETO DEL PROYECTO.....	7
2. PROBLEMA	8
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
3. OBJETIVOS.....	13
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	13
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
4. JUSTIFICACIÓN	14
5. MARCO DE REFERENCIA.....	15
5.1 ANTECEDENTES.....	15
5.2 MARCO TEÓRICO	19
5.3 MARCO CONCEPTUAL.....	24
5.4 MARCO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	26
5.5 MARCO GEOGRÁFICO	35
6. METODOLOGÍA	37
6.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	37
6.2 MÉTODO	37
6.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	37
6.4 TÉCNICA	38
6.5 FUENTES.....	38
7. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL.....	39
8. RECURSOS	39
9. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	41
10. ESTUDIO DE MERCADO.....	42
11. ESTUDIO TÉCNICO.....	85
12. DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO	99
13. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	100
14. ESTUDIO FINANCIERO	102

14.1.	ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO	102
14.1.1.	INVERSIÓN EN ACTIVOS TANGIBLES	102
14.1.2.	INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES.....	102
14.1.3.	CAPITAL DE TRABAJO	103
14.1.4.	IMPREVISTOS	103
14.2.	DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIONES.....	105
14.2.1.	DEPRECIACION Y VALOR RESIDUAL.....	105
14.2.2.	AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES.....	105
14.3.	FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	106
14.4.	FLUJO DE CAJA FINANCIERO	107
14.5.	AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO	108
14.6.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	110
	CONCLUSIÓN.....	112
	BIBLIOGRAFÍA.....	113

TEMA DE INVESTIGACIÓN

Área: Gestión de las organizaciones y sociedad.

Línea: Emprendimiento.

INTRODUCCION

El presente documento es un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la grabación musical profesional en la ciudad de Girardot, que apoya el desarrollo de la cultura en todos los municipios de la provincia del Alto Magdalena.

La factibilidad del proyecto se demuestra un conjunto de elementos administrativos, financieros, legales, comerciales, económicos, técnicos, ambientales, políticos, sociales y culturales dirigido a el municipio de Girardot y enfocado en la importancia de contar con un estudio de grabación profesional para llevar la parte cultural del municipio a un nivel profesional.

La música como componente cultural de las sociedades, es una pieza clave para indagar y entender la factibilidad de crear una empresa dedicada a la grabación profesional de música, donde se puede evidenciar una oportunidad de negocio diferente a la que los ciudadanos de Girardot están acostumbrados permitiendo generar un alto valor cultural del municipio reconocido a nivel nacional.

El sector musical, aspecto básico de este proyecto de factibilidad es un campo bastante amplio, donde muchas personas pueden explotar su talento, un ejemplo de ello es Kike Santander quien con la creación de un estudio musical, de su excelente producción y la composición de temas musicales, lo llevaron a ser uno de los productores musicales de mayor reconocimiento internacional., según la revista el espectador, “Ha compuesto temas musicales y hecho la producción para Gloria Estefan, Thalía, Carlos Santana, Luis Miguel, Marc Anthony, Jennifer López, Chayanne, David Bisbal, Alejandro Fernández, Christian Castro, Rocío Durcal, Gilberto Santa Rosa, Bacilos, Olga Tañón, Myriam Hernández, Albita Rodríguez, entre otros famosos intérpretes latinoamericanos”¹. Por esto este

¹ El Espectador. (29 de 11 de 2007). *www.elespectador.com*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/impreso/arteygente/gente/articuloimpreso-kike-santander-escribe-su-historia>

proyecto de factibilidad busca generar motivación en el mercado Girardoteño para que aprovechen el talento musical del municipio y se beneficien tantos cantantes, productores, compositores y los demás actores, en la industria musical de Girardot y la región.

En este proyecto el mercado es el foco principal con el cual se evidencia la cantidad de clientes necesarios para el posicionamiento del estudio de grabación profesional siendo este vital para establecer las proyecciones en un lapso de tiempo determinado para un correcto cumplimiento de la estimación propuesta.

Una vez elaborado el estudio de factibilidad y de haber sido viable y sostenible, se realiza la creación del estudio de grabación en el municipio de Girardot, con el fin de aprovechar todos los estudios realizados en una oportunidad de negocio que no solo favorecerá a los autores del proyecto sino a todas las personas que aman la música y ven una oportunidad de hacer una carrera musical profesional.

1. OBJETO DEL PROYECTO

Realizar un estudio para determinar la factibilidad de crear un estudio de grabación profesional en la ciudad de Girardot.

Es entendido que la música es una expresión cultural de las sociedades y muchas personas han llevado la música a grandes niveles generando ingresos importantes. Por esto debe ser considerada y no solo depender, como el caso de Girardot, de la industria del turismo, sino que se deben abrir puertas a otras industrias, en este caso la musical que genere un beneficio económico y cultural en el municipio.

Buscar y analizar un mercado diferente para conseguir resultados diferentes y aprovechar la penetración a ese mercado, teniendo en cuenta no solo el mercado de Girardot sino del Alto Magdalena.

2. PROBLEMA

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Girardot es reconocida como una ciudad turística, principalmente por su ubicación geográfica y su clima cálido, la industria que más se beneficia directamente es el turismo, el “único sector que está dinamizando la economía ya que ofrece gran cantidad de beneficios directos e indirectos derivados de su desarrollo. El turismo se presenta como la única alternativa por el momento para diversificar la base económica de la región”², principalmente los hoteles, restaurantes, bares, discotecas y transporte, sin embargo, es un mercado muy fluctuante que depende de la temporada, y es un mercado competitivo por la cantidad de negocios que tiene.

Según lo anterior Girardot necesita diversificar su mercado y no solo depender del turismo, hay una necesidad de promover otro tipo de sectores como la musical, la cual está completamente abandonada y que nunca se ha desarrollado en el municipio, es por eso que son contados los artistas que han podido seguir una carrera en la música en Girardot.

Existen diversas manifestaciones culturales en las sociedades: la danza, la música, la artesanía, la pintura, el teatro, la poesía, la literatura, la gastronomía, que deben ser desarrolladas por la misma sociedad y por las administraciones locales. Este componente cultural ha sido estudiado por el gobierno nacional y por muchos organismos como artesanías de Colombia.

El departamento de cultura en Girardot no cuenta con un parámetro que mida estas diversificaciones culturales, no se pretende medir este rubro, sin embargo,

² *Alcaldía de Girardot*. (2020). Obtenido de <http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>

se va a investigar la composición de la participación cultural que existe en el departamento, reflejando la música como una expresión artística para que muchos jóvenes de los municipios aledaños a Girardot conviertan su talento en una forma de vida y no solo lo vean como un gusto sino también como un ingreso

y así puedan ser parte de la empresa de estudio de grabación musical planteada en este proyecto.

Por otra parte, el desarrollo cultural se mide en el incremento o en el aumento de la participación de los ciudadanos en actividades culturales, o en el incremento de las expresiones culturales tanto a nivel social, cultural, artístico, como en el surgimiento de grandes artistas formados en Girardot y en la región. Una vez creado el estudio de grabación musical, aumentara a su vez los artistas que harán presencia en las redes, emisoras, canales culturales, exposiciones artísticas, así es como la creación de esta empresa va a medir el número de artistas, número de reproducciones y personas que hayan utilizado el estudio de grabación.

Bogotá y Medellín por su alta oferta de empresas dedicadas a la actividad musical se ha llevado la mayor parte del mercado Colombiano, haciendo que las personas de muchas ciudades del país incluyendo en este caso Girardot, tengan que recurrir a costos extras de transporte, hospedaje y alimentación para poder producir una canción y entrar al mundo de la música de manera profesional, es por eso que este proyecto es una propuesta que puede ser factible para la diversificación industrial Girardoteña y de sus alrededores.

La población altamente productiva, se encuentra en jóvenes sin embargo estos jóvenes tienden a ser económicamente inactivos principalmente por cuestiones de estudio u oficios del hogar, según el DANE "En el trimestre octubre - diciembre 2019, la población económicamente inactiva dedicada a oficios del hogar se ubicó en 42,0%, lo que significó un aumento de 0,2 puntos porcentuales (p.p.)

respecto al mismo periodo del año anterior (41,8%). Esto seguido de la población que se dedicó a estudiar (37,0%), que aumentó 0,2 p.p. comparado con el trimestre octubre - diciembre 2018 (36,8%). Por su parte, la población económicamente inactiva que se dedicó a otra actividad* se ubicó en 21,0%.”³ Colombia cuenta con una población donde la mayoría de sus habitantes necesitan ser económicamente activos, para ello es primordial diversificar el mercado, creando más variedad laboral que se ajuste a los intereses de la población económicamente inactiva.

En Colombia esta industria musical va en crecimiento, demostrando la necesidad de oferta. Según la revista Dinero, “Colombia se ha consolidado como uno de los mayores exportadores de música en Latinoamérica, tanto es así que tan solo en Bogotá existen alrededor de 1765 empresas dedicadas a esta industria”⁴. Es increíble que artistas de otras ciudades tengan que estar viajando a las capitales para producir su música por el hecho de no encontrar oferta en su ciudad.

Girardot al no diversificar sus industrias y solo depender de una fuente de ingreso como el turismo, su economía será fluctuante y no tendrá una estabilidad económica, debido a esto Girardot debe aprovechar el inicio de la industria musical para abarcar el mercado no solo de la ciudad si no de la provincia del Alto Magdalena.

A través de entidades acreditadas como el DANE se logra medir la diversificación y desarrollo cultural en Girardot, por medio de unos datos estadísticos y proyecciones de años anteriores para identificar qué importancia

³ www.dane.gov.co. (12 de 02 de 2020). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/inactividad>

⁴ Dinero. (9 de 11 de 2019). *Música y negocios en solo lugar*. Obtenido de www.dinero.com: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/como-va-la-industria-de-la-musica-en-colombia/276586>

tiene la industria cultural en la ciudad y como el sector musical puede incursionar en la cultura del municipio y a los alrededores.

Además de esto se llevará el proyecto de creación de un estudio de grabación porque se tienen datos que hay talento en Cundinamarca especialmente en Girardot según el periódico el extra “El canto es una herramienta que tienen algunos jóvenes girardoteños para enamorar. En la Ciudad de las Acacias existen muchos hombres y mujeres que sueñan con llegar a ser grandes artistas, unas figuras reconocidas en la música colombiana y precisamente soñar resulta ser el primer paso para lograr aquello que se quiere para la vida.”⁵ Está demostrado que los girardoteños pueden llegar a ser famosos con su talento no solo por Charlie Zaa, si no por muchos que han logrado tener fama empezando en este pequeño municipio.

Un ejemplo de ello fue el canta autor girardoteño Romulo Caicedo Muñeton, siendo un orgullo patrio como menciona el periódico el extra “Muchos fueron los mensajes de dolor por la partida del artista, quien logró ganarse el cariño de colombianos y extranjeros. Los mismos que hoy recuerdan su música como un gran legado que dejó Rómulo Caicedo a su país y a su tierra. Muchos girardoteños han manifestado que por años sus tocadiscos estuvieron sonando con las canciones de este hombre y que actualmente todavía gozan de la buena música que Caicedo hizo en su momento”⁶ es un gran modelo a seguir y entusiasmo para muchos jóvenes que cuentan con el talento, pero falta de oportunidades o de lugares que brinden este espacio en Girardot.

Evidentemente es claro que Girardot no tiene un amplio y desarrollo musical, existieron algunos artistas, y eso es lo que pretende este proyecto es desarrollar esta empresa, para promover la manifestación cultural de la música y cabe recordar que no solo va dirigido a la población de Girardot si no artistas del país.

⁵ (Girardot, 2016)

⁶ (Girardot E. d., 2017)

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera la diversificación cultural ayuda en la creación de un estudio de grabación musical en el municipio de Girardot?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de un estudio de grabación musical profesional en el municipio de Girardot, para diversificar las fuentes de ingresos y mejorar la calidad de vida de los habitantes de Girardot y la región.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un estudio de mercado donde se defina la demanda, la oferta, sus proyecciones, los precios y los gustos y preferencias del mercado.
- Desarrollar un estudio técnico que relacione los equipos, espacios físicos, tecnología, maquinaria y equipo necesarios para el correcto funcionamiento del proyecto.
- Determinar los principales elementos administrativos, organizacionales y legales requeridos para la construcción de una estructura organizacional eficiente.
- Efectuar el estudio financiero, utilizando los principales indicadores que determinen la viabilidad del proyecto.

4. JUSTIFICACIÓN

Girardot fue una Ciudad muy importante económicamente porque su ubicación geográfica y el río Magdalena que ayudaba a la comercialización de productos, pero desde que se comenzó a ver diferentes medios de transporte y comercialización Girardot comenzó a perder atractivo comercial. “La situación que se vive, es el estancamiento productivo de ciudades como Girardot, que pasa de la productividad a la improductividad después de ser una de las ciudades más importantes para el país durante el siglo XX.” (Jaime Romero, 2018).⁷ Actualmente Girardot depende en cierta parte del turismo, el cual su principal inconveniente es que su demanda es fluctuante dependiendo de las temporadas.

Es importante diversificar la economía de Girardot y no depender solo del turismo, porque se necesita una economía más estable, apostarles a nuevas industrias, hacer algo diferente por Girardot y explorar mercados que aún no se han estimulado, como lo es el mercado musical, es un mercado que tiene gran demanda y donde Bogotá ha sabido aprovechar la demanda de gran parte de Colombia incluso la de Girardot que por el hecho de no tener oferta, ni un solo estudio de grabación profesional, las personas han tenido que acudir a la cantidad de estudios de la capital para elaborar sus proyectos musicales.

Se debe realizar un estudio de grabación profesional en Girardot porque Girardot tiene talento y cultura musical, pero, no tiene como desarrollarlo, ni como explotarlo a tal punto de vivir de la música, creando productos musicales profesionalmente para distribuir a diferentes plataformas comerciales de música, y a su vez conseguir una retribución por su producto musical.

Girardot se beneficiaría bastante de esta industria musical, ya que no solo recoge la demanda del Municipio de Girardot sino también de toda la Provincia del Alto

⁷ Romero, J., Godoy, A., & Mogollón, L., (2018) Diagnóstico del sector productivo que contribuya al desarrollo empresarial del municipio de Girardot – Cundinamarca, mediante “Árboles de decisión” como herramienta analítica (Risk Simulator) Revista Innova ITFIP, 2 (1), 23 - 29

Magdalena y otros lugares aledaños porque geográficamente es una ventaja por la cercanía de los otros municipios para grabar en un estudio profesional y con bajos costos de transporte, siendo Girardot un municipio reconocido en la producción musical por el Alto Magdalena. También generando un beneficio en cada uno de los habitantes de la provincia o personas que viven cerca a Girardot, para incursionar una carrera musical.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 ANTECEDENTES

Los estudios de grabación son empresas de las cuales la mayoría de personas tienen poco conocimiento, y a pesar de que llevan tiempo, para algunas personas tiene poca importancia sin conocer el verdadero significado que tiene sobre la industria musical. Según OpenMind BBVA.

En 1999 la industria global de la música grabada llevaba más de un cuarto de siglo disfrutando de un largo periodo de expansión. En 1974 se habían vendido aproximadamente 1.000 millones de discos en todo el mundo y cuando terminó el siglo esta cifra se había más que triplicado. (OpenMind BBVA, 2013)⁸

a través del tiempo, las canciones en su formato de producto final han tenido algunas variaciones. Todo comienza por medio de los discos de Acetato, son discos grandes donde se plasma la música de manera analógica y se reproducía las canciones a través de un tocadiscos, que era un elemento que hacía girar el disco de acetato y por medio de una aguja que hacía contacto con un área del disco se reproducía las canciones, seguido nace el disco de vinilo que no tiene

⁸ OpenMind BBVA. (2013). <https://www.bbvaopenmind.com/>. Obtenido de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital/>

mucha diferencia con el de acetato simplemente era más duradero y presentable, después vienen los casetes, que son un elemento rectangular compuesto por dos rollos de cintas unidas entre sí donde guardaban la información musical, cuando llegaron los CDs fue un gran avance para toda la industria de la música incluyendo artistas, productores, sellos discográficos, estudios de grabación ingeniero de sonidos, tiendas de música e incluso para todo el mundo.

Se aumentó la distribución y la música pasó a ser un elemento fundamental para el entretenimiento sin embargo cuando la música pasó a formatos digitales, todos los formatos físicos empezaron a desaparecer incluyendo el CD que fue uno de los formatos físicos que más se ha distribuido en la historia, después de este acontecimiento se evidenció una oportunidad de negocio en la industria musical, surgieron muchas plataformas digitales que comenzaron a distribuir la música y es por eso que actualmente se distribuye y se vende mucho más música que antes sin necesidad de tener un producto físico y sin barreras de distribución.

Los estudios de grabación y las disqueras han jugado un papel muy importante en la vida de un artista, prueba de ello es Shakira quien fue la primera cantante de talla mundial que tuvo que ser rechazada varias veces y seguir insistiendo a los estudios de grabación, a los sellos discográficos a las cadenas de radio para poder dar a conocer su talento, teniendo en cuenta que en ese tiempo era más complicado el tema de la publicidad y distribución de música.

Al principio casi nadie escuchaba su música ya que era nueva en la industria y aun no contaba con el apoyo suficiente para promocionar su talento en la radio o televisión, estas eran las únicas formas que un artista en ese tiempo se daba a conocer teniendo un apoyo que lo impulse con medio de contratos a aparecer en la radio o televisión.

Actualmente las cosas son distintas, la forma de promocionar la música se ha vuelto más flexible haciendo que un estudio de grabación o hasta un artista puedan promocionar la música por medio de redes sociales o plataformas digitales de música como Spotify, iTunes y entre muchas otras plataformas.

Los cantantes hoy en día tienen más posibilidades de tener las puertas abiertas y no son tan estigmatizados como antes, esto también se debe a la variedad de gustos musicales que hay a nivel mundial, y no es necesario ser un gran cantante para poder incursionar en la música, hay gente que busca algo más aparte de que canten bien, buscan Flow, métricas, estilo, actitud y variedad de cosas más en un cantante.

La música ha sido un elemento importante en el mundo, principalmente como medio de entretenimiento para cada individuo. A finales del siglo XIX se creó el registro sonoro y con ello dio creación de nuevas empresas creando una nueva industria comercial, como lo es la industria musical.

En Girardot aún no se ha explotado esta industria de manera profesional, teniendo en cuenta que artistas reconocidos como Charlie Zaa han tenido que crear sus producciones en Bogotá por la cantidad de oferta que la capital de Colombia ofrece y por la nula existencia de estudios profesionales de grabación en Girardot.

Es importante tener en cuenta que la industria musical es un mercado que hace posible que existan los estudios de grabación, mediante esta se puede producir y distribuir canciones, formar cantantes, crear propiedad intelectual y generar ingresos.

En Colombia el primer estudio musical llegó el 28 de octubre de 1934, en la ciudad de Cartagena, conocido por el nombre de Discos Fuentes Edimúsica S. A. fue el primer estudio de Colombia y uno de los más antiguos de América Latina. Muchos artistas famosos grabaron ahí, como: Los Tupamaros, Fruko y sus Tesos, Roe Arroyo, Los embajadores del Vallenato, Los Dinamita, Los Corraleros de Majagual, entre otros más. Actualmente la compañía se ha expandido y tiene se establecimiento principal en Medellín y siguen produciendo éxitos de música popular, vallenato, salsa, tropical y genero urbano.

Por otra parte, la música ha estado en constante cambio, uno de los cambios más drásticos que se ha podido evidenciar ha sido la creación musical análoga a creación musical digital, cambiando la alta inversión de maquinaria y mantenimiento para su creación debido a que se reemplaza este sistema por plugins o complementos digitales que ayudan a la producción musical desde un solo equipo trayendo beneficios enormes como reducción de costos, optimización de tiempo, aumento de las opciones de trabajo en la producción, infinidad de programas que cumplen distintas funciones para mejorar y retocar la voz, reduce la necesidad de tener un espacio amplio para trabajar, reduce el capital de trabajo facilitando que una persona pueda elaborar múltiples funciones desde un solo ordenador.

Anteriormente las personas que iniciaban su carrera musical, grababan su voz y mostraban su talento solo para ser reconocidos, su recompensa no era dinero, si no lo hacían por exaltar sus capacidades musicales y que las personas los reconocieran por ello, con el tiempo comenzaron a recibir muchos beneficios económicos el cual termino siendo el eje principal para poder continuar una carrera musical y así las personas se empezaron a motivar más por incursionar en la industria musical, teniendo en cuenta que aparte de reconocimiento y fama obtendrán una buena retribución económica ejerciendo una profesión que les gusta.

El aumento del sector musical ha sido notorio y ha abarcado gran parte de la diversificación cultural siendo una oportunidad para muchas personas que desean explotar su talento, según la republica “la industria musical en la capital colombiana mueve más de \$830.000 millones⁹” y eso que solamente es en la capital es así que se evidencia la influencia de este sector en Colombia.

⁹ (Rubio, 2018)

5.2 MARCO TEÓRICO

Uno de los principales referentes teóricos de la música es Nietzsche, quien percibía la música como un hechizo, escribió pequeñas composiciones musicales, *lieder*, esbozos al piano. Reflejos de su filosofía melancólica como ser humano, vulnerable y familiar, además de afirmar que la vida sin música es sencillamente un error, una fatiga, un exilio.

Por otro lado, esta Giner de los ríos quien cita “un pueblo que no canta es un pueblo sin raíces” para mostrar la importancia de la música tradicional, cultural étnica, la cual es fuente fundamental e inagotable para el conocimiento de distintas culturas.

Seguido de esto una de las primeras personas en crear un registro sonoro fue Thomas Edison quien creó el fonógrafo, el primer artefacto capaz de grabar y reproducir sonido.

Los estudios de grabación antiguamente eran un espacio acondicionado acústicamente para un registro sonoro, donde se grababa y reproducía de manera artificial. Desde finales del siglo XIX hasta nuestros días, el registro de diversos sonidos ha ido evolucionando junto con los avances tecnológicos, permitiendo un desarrollo inmenso en factores como calidad, durabilidad e innovación en distintos instrumentos utilizados.

DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN MUSICAL



Fuente: Autores

En la industria musical las personas que han destacado son los músicos y no los productores, sin embargo, con el paso del tiempo los productores se ganaron su lugar en la música. Uno de los más reconocidos que ha llevado esta industria a otro nivel ha sido George Martin. “El productor de los Beatles, George Martin, se ha ganado un lugar en la historia de la música por la enorme influencia que tuvo en la creación de los éxitos de la banda de Liverpool.” (La Vanguardia, 2018)¹⁰, cada vez la gente comenzó a valorar el trabajo de los productores a tal punto de pasar de ser colaborador de segundo plano a protagonistas musicales.

¹⁰ La Vanguardia. (09 de 11 de 2018). lavanguardia.com. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20181109/452803238763/grandes-productores-musicales-historia.html>

La historia de la grabación de sonido ha evolucionado en cuatro eras, la era acústica o mecánica de 1877 a 1925 donde no se utiliza la electricidad, por lo tanto, las ondas sonoras son grabadas por su impulso en el material de registro. La era eléctrica de 1925 a 1945 , se destaca por la grabación eléctrica que ofrecía una claridad y un tono no conseguidos hasta entonces en esta era hacia los años 1930 se da el primer estudio de grabación debido a que se contaba con un grabador de alambre con suficiente fidelidad para lanzarlo al mercado, haciendo que este tipo de maquina fuera fundamental a la hora de enviar mensajes, inicialmente se utilizó la grabadora para registrar los sonidos, así los equipos eran capaces de reproducir y grabar de una manera más compleja. La era magnética de 1945 a 1975 se genera la cinta magnética que fue el medio o soporte de almacenamiento de datos donde se graba en pistas sobre una banda plástica con un material magnetizado, generalmente óxido de hierro o algún cromato, el tipo de información que se podía almacenar en las cintas magnéticas era variado, como vídeo, audio y datos, en dicha era, hacia el año 1950 se registra un estudio de grabación ya conformado totalmente en España, por Sam Phillios, un locutor de radio de Memphis quien inauguró el Memphis recording Service y por último la era digital desde 1975 hasta la actualidad, acá la señal analógica tenía una forma equivalente a la señal que la había originado, la señal digital se traduce en códigos binarios que ya no tienen forma, sino que son una mera sucesión de ceros y unos valores discretos.

Con los avances sonoros que se han generado a lo largo de la historia se identifica la importancia de la música, de generar espacios de creatividad, donde músicos, artistas muestren al mundo las habilidades que tienen, donde las personas exploten sus talentos y no solo disfruten estos espacios si no también generen ingresos por hacer una labor con agrado, con pasión.

Según el periodista Aitor Pubill Riera en su diario la republica.es dice, “El mundo de la música siempre resulta un poco complicado tanto para el cantante que quiere comenzar una carrera profesional como para el que quiere mantenerse en lo más alto después de haber alcanzado el éxito. Para lograr una buena impresión de algo

tan importante como el primer single sin duda hay que trabajar mucho antes para que quede perfecto. Para ello resulta de gran importancia contar con buen estudio de grabación con experiencia en el sector que sepa sacar el máximo partido a cada tema para que la versión final sea todo un éxito. Con las nuevas tecnologías no resulta complicado encontrar un buen estudio de grabación o servicio de mastering online, por lo que es mucho más accesible para todo el mundo que hace años.”

La industria musical ha mostrado un progreso económico gracias a la tecnología, como las plataformas digitales que ayudan a la distribución de la música de manera fácil. “La industria discográfica experimentó el pasado año un crecimiento del 5,9 %, el mayor registrado en el sector desde el año 1997, según informó la Federación Internacional de la Industria Discográfica (IFPI, en sus siglas en inglés). La organización ha presentado este martes en Londres su informe anual en el que constató que 2016 se ha convertido en el segundo año consecutivo en el que se ha variado la tendencia negativa de los últimos años, con unos beneficios totales de 15.700 millones de dólares (14.448 millones de euros).” (20 Minutos, 2017)¹¹. Las plataformas digitales que ayudaron en la distribución masiva de música fueron: YouTube, Pandora Premium, Amazon Music, Spotify, Deezer, Google Play Music, Apple Music, entre otras más.

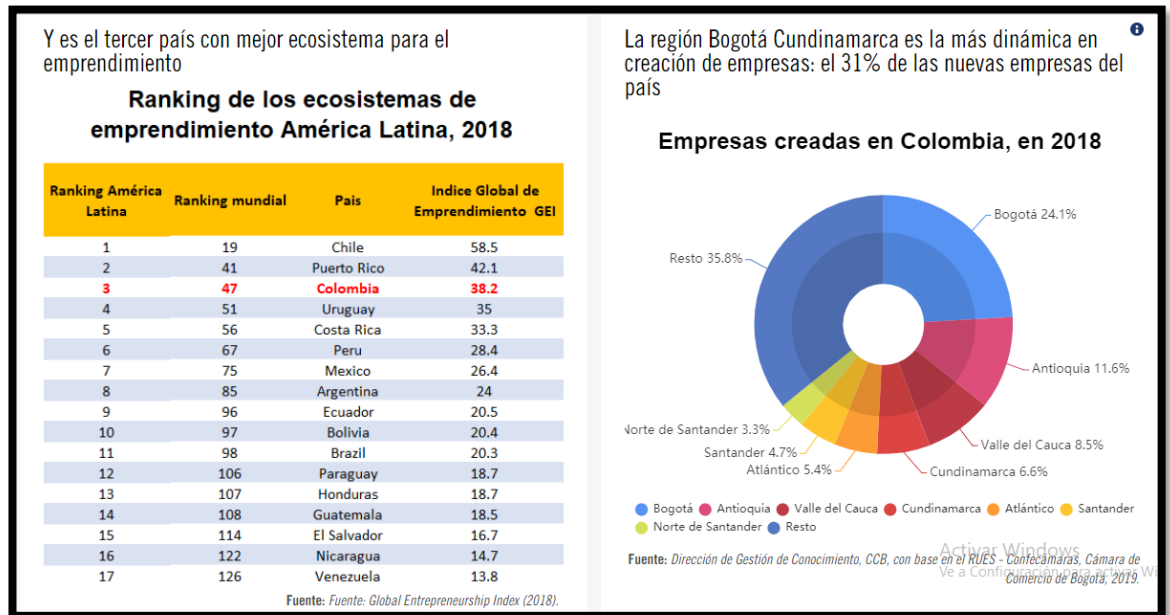
Además de un incremento en la cantidad de empresas que se crean en Colombia, según el informe un informe del año 2019 de confecámaras, divulga que:

“Las 57 cámaras de comercio que operan en el país, indican que entre enero y marzo se crearon 96.914 unidades productivas”, cuyo aumento alcanzó un

¹¹ 20 Minutos. (25 de 04 de 2017). 20minutos.es. Obtenido de <https://www.20minutos.es/noticia/3020791/0/industria-musical-crecimiento-1997/>

10,5%, pues mientras en el primer trimestre de 2018 se crearon 19.458 este año la cifra llegó a 21.504”¹²

Es así como cada año se ha ido incrementando, la creación de empresa donde los colombianos confían en sus ideas, y llegan a un mundo de la innovación que genera una mejor economía en el país.



¹² REVISTA DINERO. (24 de 04 de 2019). *¡Despegó la economía naranja!* Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/creacion-de-empresas-en-colombia-2019/270029>

5.3 MARCO CONCEPTUAL

Estudio de grabación: Es lugar condicionado acústicamente para el registro de voz, instrumental y producción musical, este espacio permite la creación de un producto musical lista para su distribución.

Mastering: Es el último proceso musical que ayuda a verificar la calidad del producto, dándole un toque de profesionalismo para su distribución.

Grabación: Registro de voz y sonidos a través de una entrada de sonido digital directo al software especializado para la edición

Productor Musical: Es la persona encargada y responsable de la correcta creación musical integrando un equipo colaborador entre ellos músicos, ingenieros, editores, compositores, para desarrollar un proyecto final.

Anti-pop: Es una aparato diseñado para filtrar golpes de viento producidos por la boca al momento de pronunciar palabras que contienen letras como p,v y b, lo cual distorsiona la membrana del micrófono, es así que el anti-pop ayuda a que no se distorsione el sonido.

Mezcla: Es la integración de varios sonidos musicales como la voz del cantante, la instrumental, sonidos digitales para crear un conjunto sonoro llamado single.

Ecuilización: Es el proceso en el cual se disminuyen las ondas sonoras inaudibles y se resaltan agudos, medios o graves dependiendo el estilo del cantante.

Compresión: Es la nivelación de los picos de sonidos que alteran el registro, se pueden eliminar o disminuir para conseguir un sonido uniforme.

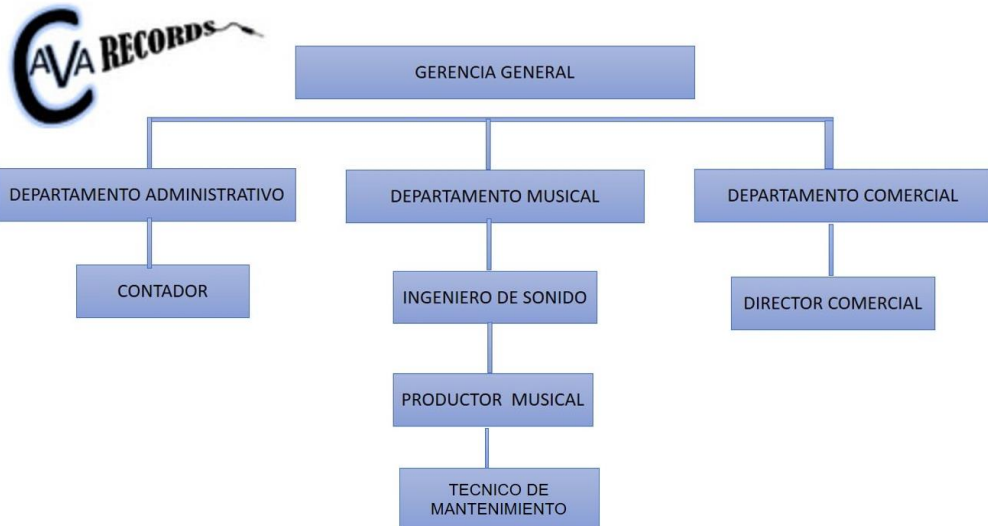
Sello discográfico: Es una empresa constituida legalmente para manejar propiedad intelectual en la producción, distribución y comercialización de productos musicales.

Industria musical: Son todas las personas, entes u organizaciones que están relacionadas directamente con el ejercicio musical sea, producción, edición, comercialización, distribución, entre otras.

Ingeniero de sonido: Es la persona especializada en la manipular las frecuencias sonoras y todo lo relacionado con la parte científica del sonido.

5.4 MARCO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

ORGANIGRAMA



Fuente: Los autores

MANUAL DE FUNCIONES

1. IDENTIFICACION DEL PUESTO

DENOMINACION DEL PUESTO		MISION
GERENTE GENERAL		Tomar decisiones mediante estrategias que permitan la realizacion economica de la organizaci3n.
PERFIL DEL PUESTO	CONOCIMIENTOS BASICOS	HORARIO
Nivel de estudios profesional, mayor de 25 a1os, experiencia laboral.	*Contabilidad y finanzas *Industria musical *Administraci3n	DOMINGO A DOMINGO 8:00 AM A 7:00 PM

2. FUNCIONES

- Encargado de dirigir el estudio de grabaci3n
- Llevar un control financiero
- Tomar decisiones referentes al estudio
- Realizar estrategias de mercadeo
- Conseguir convenios con otras empresa
- Representar la empresa frente a cualquier ente.

3. HABILIDADES, ACTITUDES, PRINCIPIOS Y VALORES

- Liderazgo, creatividad, comunicaci3n asertiva, buena toma de decisiones, honestidad, responsabilidad, intuici3n, iniciativa, planificaci3n, control, competitivo, positivo, entusiasta, saber dirigir y solucionar, ser asertivo.

1. IDENTIFICACION DEL PUESTO

DENOMINACION DEL PUESTO	MISION
CONTADOR	Brindar a la empresa informacion segura, oportuna para la toma de decisiones de la empresa (Aspectos financieros).

PERFIL DEL PUESTO	CONOCIMIENTOS BASICOS	HORARIO
Nivel de estudios profesional, mayor de 22 años, experiencia laboral.	*Administrativos *Financieros	LUNES, MIERCOLES Y SABADOS 8:00AM – 12:00 M

2. FUNCIONES

- Encargada de las entradas y salidas de dinero.
- Documentar informes financieros
- Analizar ingresos, egresos y contral flujos de caja.
- Cumplir funciones de administrador en cuanto a control, direccion, ejecucion junto con el gerente para la toma de decisiones de la empresa.
- Realizar toda la documentacion contable

3. HABILIDADES, ACTITUDES, PRINCIPIOS Y VALORES

Debe ser una persona confiable, honesta, eficiente, organizada, sincera, analitica, disciplinado, visionario, razonamiento logico, trabajo en equipo, toma de decisiones, puntual.

1. IDENTIFICACION DEL PUESTO

DENOMINACION DEL PUESTO	MISION
INGENIERO DE SONIDO	Estudio del fenomeno sonoro

PERFIL DEL PUESTO	CONOCIMIENTOS BASICOS	HORARIO
Nivel de estudios profesional, mayor de 22 años.	*Sistemas electrocusticos. *Masterinzación *Grabación	LUNES A SABADO 8:00 AM - 12:00 M 2:00 PM - 6:00 PM

2. FUNCIONES

- Realizar la grabación o registro vocal del artista
- Grabar instrumentos
- Realizar todo el proceso de Mastering
- Dar calidad a las canciones
- Exportar en formatos específicos para diferentes plataformas digitales.

3. HABILIDADES, ACTITUDES, PRINCIPIOS Y VALORES

Ser bastante receptivo, conocer claramente las características del sonido, tener creatividad, adaptacion al cambio, buen trabajo en equipo, ser paciente, poseer habilidades basicas de administracion y negocios.

1. IDENTIFICACION DEL PUESTO

DENOMINACION DEL PUESTO	MISION	
DIRECTOR COMERCIAL	Aumentar las ventas de los servicios musicales y posicionar el estudio.	
PERFIL DEL PUESTO	CONOCIMIENTOS BASICOS	HORARIO
Nivel de estudios profesional, mayor de 23 años, experiencia en ventas y marketing	<ul style="list-style-type: none">NegociaciónComercializacion y ventas.Industria musical	LUNES A SABADO 8:00 AM - 6:00 PM

2. FUNCIONES

- Ofrecer catálogo de servicios musicales.
- Agendar citas según disponibilidad.
- Llevar base de datos de los clientes.
- Mantener comunicación con los artistas

3. HABILIDADES, ACTITUDES, PRINCIPIOS Y VALORES

Comunicación asertiva, capacidad de negociacion, amabilidad, credibilidad, responsabilidad, debe ser generador de confianza, inteligencia emocional intrapersonal, capacidad de motivación, habilidad de marketinfg, capacidad analitica y de liderazgo.

1. IDENTIFICACION DEL PUESTO

DENOMINACION DEL PUESTO	MISION	
TECNICO DE MANTENIMIENTO	Mantener estandares de calidad en los equipos del estudio de grabación	
PERFIL DEL PUESTO	CONOCIMIENTOS BASICOS	HORARIO
Nivel de estudios profesional, mayor de 23 años, experiencia en ventas y marketing	<ul style="list-style-type: none">NegociaciónComercializacion y ventas.Industria musical	LUNES A SABADO 8:00 AM - 12:00 M 2:00 PM - 6:00PM

2. FUNCIONES

- Configuración de equipos.
- Mantenimiento y aseo constante de componentes electronicos.
- Revisión y control periodico de los elementos

3. HABILIDADES, ACTITUDES, PRINCIPIOS Y VALORES

Comunicación asertiva , amabilidad, credibilidad, responsabilidad, honestidad, debe ser generador de confianza, conocimiento de equipos electronicos , conocimiento tecnico

SALARIO DE COLABORADORES

Gerente	\$ 2.200.000	3	\$ 6.600.000
Contador	\$ 1.800.000	3	\$ 5.400.000
Director comercial	\$ 1.602.853	3	\$ 4.808.559
Productor musical	\$ 1.302.853	3	\$ 3.908.559
Ingeniero de sonido	\$ 1.302.853	3	\$ 3.908.559
Técnico de mantenimiento	\$ 1.002.853	3	\$ 3.008.559
Salario personal a 3 meses	\$ 9.211.412		\$ 27.634.236
Gerente	\$ 1.140.735	3	\$ 3.422.206
Contador	\$ 933.329	3	\$ 2.799.986
Director comercial	\$ 795.937	3	\$ 2.387.812
Productor musical	\$ 640.383	3	\$ 1.921.148
Ingeniero de sonido	\$ 640.383	3	\$ 1.921.148
Técnico de mantenimiento	\$ 484.828	3	\$ 1.454.483
Aportes y prestaciones soc.	\$ 4.635.595		\$ 13.906.784

Fuente: Autores

NOMINA, APORTES Y PRESTACIONES SOCIALES

CARGO	SUELDO BASICO	DIAS LABORADOS	DEVENGADOS			APORTES PARAFISCALES				PRESTACIONES SOCIALES				COSTO TOTAL EMPLEADO
			SALARIO	AUX. DE TRANS	TOTAL	SALUD 8.5%	PENSION 12%	A.R.P. 0.522%	PARAFIS. 9%	CESANTIAS 8.33%	INTERES 12%	PRIMA 8.33%	VACACIONES 4.17%	
Gerente	\$ 2.200.000	30	\$2.200.000	-	2.200.000	\$ 187.000	\$ 264.000	\$ 11.484	\$ 198.000	\$ 183.260	\$ 21.991	\$ 183.260	\$ 91.740	\$ 3.340.735
Contador	\$ 1.800.000	30	\$1.800.000	-	1.800.000	\$ 153.000	\$ 216.000	\$ 9.396	\$ 162.000	\$ 149.940	\$ 17.993	\$ 149.940	\$ 75.060	\$ 2.733.329
Director comercial	\$ 1.500.000	30	\$1.500.000	102.853	1.602.853	\$ 127.500	\$ 180.000	\$ 7.830	\$ 135.000	\$ 133.518	\$ 16.022	\$ 133.518	\$ 62.550	\$ 2.398.790
Productor musical	\$ 1.200.000	30	\$1.200.000	102.853	1.302.853	\$ 102.000	\$ 144.000	\$ 6.264	\$ 108.000	\$ 108.528	\$ 13.023	\$ 108.528	\$ 50.040	\$ 1.943.236
Ingeniero de sonido	\$ 1.200.000	30	\$1.200.000	102.853	1.302.853	\$ 102.000	\$ 144.000	\$ 6.264	\$ 108.000	\$ 108.528	\$ 13.023	\$ 108.528	\$ 50.040	\$ 1.943.236
Técnico de mantenimiento	\$ 900.000	30	\$ 900.000	102.853	1.002.853	\$ 76.500	\$ 108.000	\$ 4.698	\$ 81.000	\$ 83.538	\$ 10.025	\$ 83.538	\$ 37.530	\$ 1.487.681
			\$ -			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Totales			8.800.000	411.412	9.211.412	\$748.000	\$1.056.000	\$ 45.936	\$ 792.000	\$ 767.311	\$ 92.077	\$ 767.311	\$ 366.960	\$ 13.847.007

Fuente: Autores

MARCO LEGAL

-LEY 23 DE 1982 SOBRE LOS DERECHOS DE AUTOR

2.1 Artículo 1 Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común. También protege esta ley a los intérpretes o ejecutantes, a los productores de fonogramas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor. 2.2 Artículo 2 Los derechos de autor recaen sobre las obras científicas, literarias y artísticas las cuales se comprenden todas las creaciones del espíritu en el campo científico, literario y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión y cualquiera que sea su destinación, tales como: los libros, folletos y otros escritos.

- RESOLUCION 8321 DE 1983(AGOSTO) por la cual se dictan normas sobre protección y conservación de la audición de la salud y el bienestar de las personas, por causa de la producción y emisión de ruidos. El ministerio de salud. En uso de las atribuciones legales y en especial de las que le confiere la ley 09 de 1979.Capitulo II ruido ambiental y sus métodos de medición.

ARTICULO 17. Para prevenir y controlar las molestias, las alteraciones y las pérdidas auditivas ocasionadas en la población por la emisión de ruido, se establecen los niveles sonoros máximos permisibles.

Parágrafo 1: Para efectos del presente artículo la zonificación contemplada en la tabla No. 1 corresponde a aquella definida o determinada por la autoridad competente en cada localidad y para cada caso.

Parágrafo 2. Denominase ZONA IV . DE TRANQUILIDAD el área previamente designada donde haya necesidad de una tranquilidad excepcional y en la cual el nivel equivalente de ruido no exceda de 45 dB (A).

Parágrafo 3. Cuando el predio originador o fuente emisora de sonido pueda ser identificado y el ruido medido afecte a más de una zona, se aplicará el nivel de sonido de la zona receptora más restrictiva.

Artículo 18. Los niveles de presión sonora se determinarán con un medidor de nivel sonoro calibrado, con el filtro de ponderación A y respuesta rápida, en forma continua durante un periodo no inferior de 15 minutos, se empleará un dispositivo protector contra el viento para evitar errores en las mediciones cuando sea el caso.

Artículo 19. Los niveles sonoros para el interior de habitaciones se registrarán dentro de la casa de habitación más cercana a la fuente de ruido, a 1,2 metros sobre el nivel del piso y aproximadamente a 1,5 metros de las paredes de la vivienda. Se deberán efectuar las mediciones en 3 sitios diferentes con una distancia entre estos de 0.5 metro. Se tendrá en cuenta el nivel sonoro promedio de las mediciones.

Artículo 20. De conformidad con la Ley 09 de 1979, el Gobierno Nacional por conducto del Ministerio de Salud podrá, por razones de carácter sanitario o como resultado de investigaciones de orden científico o de su acción de vigilancia y control, adicionar, complementar o modificar las normas sobre ruido ambiental, así como 108 métodos de referencia para la medición del ruido ambiental establecido en el presente capítulo.

RESOLUCION 627 DE 2006 DEL MADS

Artículo 7. Aplicabilidad de la Emisión de Ruido: Los resultados obtenidos en las medidas de la emisión de ruido, son utilizados para la verificación de los niveles de emisión de ruido por parte de las fuentes. Las mediciones de la emisión de ruido se efectúan en un intervalo unitario de tiempo de medida de acuerdo con lo establecido en el artículo 5 y con el procedimiento descrito en el Capítulo I del Anexo 3, de esta resolución.

Artículo 8. Cálculo de la Emisión o Aporte de Ruido: La emisión o aporte de ruido de cualquier fuente se obtiene al restar logarítmicamente, el ruido residual corregido, del valor del nivel de presión sonora corregido continuo equivalente ponderado A, - LRAeq,T

RESOLUCIÓN 1792 DE 1990 Y RESOLUCIÓN 2400 DE 1979 MINISTERIO DE TRABAJO

Artículo 1o. Adoptar como valores límites permisibles para exposición ocupacional al ruido, los siguientes:

Para exposición durante ocho (8) horas: 85 dBA.

Para exposición durante cuatro (4) horas: 90 dBA.

Para exposición durante dos (2) horas: 95 dBA.

Para exposición durante una (1) hora: 100 dBA.

Para exposición durante media (1/2) hora: 105 dBA.

Para exposición durante un cuarto (1/4) de hora: 110 dBA.

Para exposición durante un octavo (1/8) de hora: 115 dBA.

Parágrafo. Los anteriores valores límites permisibles de nivel sonoro, son aplicados a ruido continuo e intermitente, sin exceder la jornada máxima laboral vigente, de ocho (8) horas diarias.

Artículo 2o. Esta norma rige a partir de la fecha de su publicación en el Diario Oficial y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

CAPITULO IV. RUIDOS Y VIBRACIONES .

Artículo 88. En todos los establecimientos de trabajo en donde se produzcan ruidos, se deberán realizar estudios de carácter técnico para aplicar sistemas o métodos que puedan reducirlos o amortiguarlos al máximo. Se examinará de preferencia la maquinaria vieja, defectuosa, o en mal estado de mantenimiento, ajustándola o renovándola según el caso; se deberán cambiar o sustituir las

piezas defectuosas, ajustándolas correctamente; si es posible, reemplazar los engranajes metálicos por otros no metálicos o por poleas montándolas o equilibrándolas bien. PARÁGRAFO. Los motores a explosión deberán estar equipados con silenciador eficiente. El nivel máximo admisible para ruidos de carácter continuo en los lugares de trabajo, será el de 85 decibeles de presión sonora, medidos en la zona en que el trabajador habitualmente mantiene su cabeza, el cual será independiente de la frecuencia (ciclos por segundo o Hertz).

Artículo 89. En donde la intensidad del ruido sobrepase el nivel máximo permisible, será necesario efectuar un estudio ambiental por medio de instrumentos que determinen el nivel de presión sonora y la frecuencia.

Artículo 90. El control de la exposición a ruido se efectuará por uno o varios de los siguientes métodos: a. Se reducirá el ruido en el origen mediante un encerramiento parcial o total de la maquinaria, operaciones o procesos productores del ruido; se cubrirán las superficies (paredes, techos, etc.), en donde se pueda reflejar el ruido con materiales especiales para absorberlos; se colocarán aislantes para evitar las vibraciones; se cambiarán o se sustituirán las piezas sueltas o gastadas; se lubricarán las partes móviles de la maquinaria. b. Se controlará el ruido entre el origen y la persona, instalando pantallas de material absorbente; aumentando la distancia entre el origen del ruido y el personal expuesto. c. Se limitará el tiempo de exposición de los trabajadores al ruido. d. Se retirarán de los lugares de trabajo a los trabajadores hipersensibles al ruido. e. Se suministrarán a los trabajadores los elementos de protección personal, como tapones, orejeras, etc. Artículo 91. Todo trabajador expuesto a intensidades de ruido por encima del nivel permisible, y que esté sometido a los factores que determinan la pérdida de la audición, como el tiempo de exposición, la intensidad o presión sonoras la frecuencia del ruido, la distancia de la fuente del ruido, el origen del ruido, la edad, la susceptibilidad, el carácter de los alrededores, la posición del oído con relación al sonido, etc. Deberá someterse a exámenes médicos periódicos que incluyan audiometrías semestrales, cuyo costo estará a cargo de la Empresa. Artículo 92. En todos los establecimientos

de trabajo donde existan niveles de ruido sostenido, de frecuencia superior a 500 ciclos por segundo e intensidad mayor de 85 decibeles, y sea imposible eliminarlos o amortiguarlos el patrono deberá suministrar equipo protector a los trabajadores que estén expuestos a esas condiciones durante su jornada de trabajo; lo mismo que para niveles mayores de 85 decibeles, independientemente del tiempo de exposición y la frecuencia. Para frecuencias inferiores a 500 ciclos por segundo, el límite superior de intensidad podrá ser hasta de 85 decibeles Artículo 93. En los lugares de trabajo en donde se produzcan vibraciones por el uso de aparatos, equipos, herramientas, que den origen en los trabajadores a síntomas de alteraciones vasomotoras, alteraciones en los huesos y articulaciones, signos clínicos neurológicos., se deberán tener en cuenta los siguientes métodos para su control: a. Se mejorarán los diseños de las herramientas, máquinas, equipos, aparatos productores de vibraciones (forma, soporte, peso, etc.,) o se suprimirá su uso en cuanto sea posible. b. Se entrenará al personal sobre la manera correcta en su utilización y manejo para evitar esfuerzos inútiles o mal dirigidos. c. Se hará selección del personal, rechazando para tales trabajos a sujetos deficientes. d. Se reducirá la jornada de trabajo o se rotará al personal expuesto a las vibraciones para prevenir las lesiones.

Artículo 94. Los conductos con circulación forzada de líquidos o gases, especialmente cuando estén conectados directamente con máquinas que posean órganos en movimiento, estarán provistos de dispositivos que impidan la transmisión de las vibraciones que generan aquellas.

Artículo 96. El anclaje de máquinas y aparatos que produzcan ruidos, vibraciones o trepidaciones, se realizará con las técnicas más eficaces, a fin de lograr su óptimo equilibrio estático y dinámico. PARÁGRAFO. Se prohíbe instalar máquinas o aparatos ruidosos adyacentes a paredes o columnas, cuya distancia a éstas no podrá ser inferior a un (1) metro.

5.5 MARCO GEOGRÁFICO

El estudio de factibilidad se realizará en el municipio de Girardot y los demás municipios de la provincia conformaran una parte del mercado objetivo y se beneficiaran del proyecto que a un futuro se generara en Girardot.

El Área de estudio comprende el territorio ubicado al suroccidente del Departamento de Cundinamarca. Limita al norte con la Provincia del Magdalena Centro; al sur con el departamento del Tolima; al oriente con las Provincias del Tequendama y Sumapaz, y al occidente con el departamento del Tolima, está conformada por ocho (8) municipios 1 de sexta (6°) así: Agua de Dios: Girardot, Guataquí, Jerusalén, Nariño, Nilo, Ricaurte y Tocaima.

Girardot limita también con Flandes, Melgar, Apulo, La Mesa, Viotá, Silvania, El colegio los cuales son municipios que aún se encuentran en desarrollo y encuentran en Girardot una oportunidad para estudiar, trabajar, Girardot cuenta con 3 Universidades entre ellas La Universidad de Cundinamarca, UNIMINUTO y Unipiloto, que contiene estudiantes de todos estos municipios.

Además de destacarse por ser una ciudad turística por su excelente ubicación en el centro del país y estar cerca de la capital, es muy visitada en todas las épocas del año.

INFORMACIÓN GENERAL DE GIRARDOT

“Población: 106.818 de las cuales 50.413 son hombres y 56.405 mujeres”¹³

Identificación del municipio:

“Nombre del municipio: Municipio de Girardot

NIT: 890680378-4

Código Dane: 25307

Gentilicio: Girardoteño

¹³ www.dane.gov.co. (2018). Obtenido de file:///D:/Users/Usuario/Downloads/girardot_ficha_25307.pdf

Otros nombres que ha recibido el municipio: La Chivatera, La Ciudad de las Acacias, Puerto del rio grande de la Magdalena.

Geografía:

Ubicación astronómica: 4.18.18 Latitud Norte y 74.48.06 Longitud Oeste

Altitud: 289 metros sobre el nivel del mar

Temperatura promedio anual: 33.3° C

Temperatura máxima: 38.3° C

Temperatura mínima: 29.3° C

Humedad Relativa: 66.38%

Distancia a Bogotá: 124 km

Extensión municipio: 129 km²

Extensión conurbación: 354 km²

Población de la conurbación Girardot, Flandes y Ricaurte: 184.075

habitantes.”¹⁴

IMAGEN 1



Fuente: Google maps

¹⁴ (07 de 03 de 2020). Obtenido de <http://girardot-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

6. METODOLOGÍA

6.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación cuantitativo permiten analizar la viabilidad de un proyecto productivo teniendo de referencia todas las proyecciones y así poder tomar una decisión acertado de acuerdo a los resultados proyectados.

Es así, que en el proyecto de factibilidad para la creación de un estudio de grabación se necesitaran datos cuantitativos para obtener una perspectiva más alta que permita dar respuesta a todos los interrogantes que surgen a lo largo del proceso de constitución del proyecto de innovación, para esto se llevaran a cabo una serie de encuestas, datos suministrados por la DIAN, el DANE, Revistas empresariales, para así conocer con exactitud el mercado objetivo, seguros de que será un estudio con resultados positivos.

6.2 MÉTODO

El proyecto está bajo un método deductivo, lo cual permite llegar a una conclusión a partir de una serie de principios desde lo general en la creación de un estudio de grabación profesional hasta lo particular de la misma.

6.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación para el estudio de factibilidad es descriptivo, para resolver un problema desde la observación del comportamiento del entorno que aún no está claramente definido en Girardot y nunca se ha intentado dar solución a esta problemática en el municipio, se toma como referencia otros lugares para

contextualizarlo en Girardot, lo cual genera un estudio de factibilidad pionero en la creación de un estudio de grabación profesional.

6.4 TÉCNICA

El proyecto se realiza bajo unas guías teóricas administrativas y musicales permitiendo la integración de estas dos para entender el funcionamiento de los estudios de grabación profesionales bajo unas premisas establecidas.

El tipo de muestreo que se maneja es el estratificado el cual ayuda a dividir la población hasta llegar a una población seleccionada, nos permite seleccionar la población ideal.

6.5 FUENTES

Información con fuentes primarias y secundarias, porque es un tema que no cuenta con fuentes de información en el municipio de Girardot lo que permite la creación de información nueva, sin embargo, en otras partes de Colombia abunda la información adecuada (fuentes secundarias) de manera general, la cual será necesario contextualizar.

7. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Los estudios de grabación se encargan de la grabación de voz o registro de sonido, mezcla, masterización, distribución, edición, maquetación, sonorización doblajes, etc. Dentro de su proceso existen varios autores involucrados como lo es el compositor, letrista, arreglista, transcriptor, copista, productor, ingeniero de grabación, asistente de grabación, productor musical, encargado de edición del audio, ingeniero de mezcla e ingeniero de masterización.

cada cargo tiene una función específica en la creación de un producto musical, relacionándose entre sí para coordinar con cada uno de los procesos en la elaboración, hay cargos que pueden elaborar hasta 3 funciones distintas todo depende de la estructura empresarial del estudio y la especialización que manejen.

En la industria musical actualmente los ingresos principales provienen de la distribución musical a diferentes plataformas digitales como YouTube, Google Play Music, Pandora Premium, Amazon Music, Spotify, Deezer, etc. También provienen del servicio de grabación hasta la producción final y otro ingreso es por medio de los derechos de propiedad intelectual.

8. RECURSOS

Humanos:

Estudiantes; Vanessa Balcazar Jaimes y Hernan Camilo Martinez Ramirez, personas a cargo de la elaboración de investigaciones, análisis, estudios acerca del tema del proyecto; y dirección y acompañamiento a cargo del Docente Arturo Serrano Mendoza.

Materiales:

- Libreta
- Computador
- Fotocopias, carpetas
- Documento de DIAN y cámara de comercio
- Libros de emprendimiento y estudios de grabación
- Teléfono
- Material de encuestas por realizar

Institucionales:

Disponibilidad de tiempo para Docente directo del proyecto, espacios físicos es decir aulas de clase, biblioteca Universitaria, conocimiento y experiencia de los docentes, computador para correcciones, espacios para realizar encuestas a compañeros.

Financieros:

CONCEPTO	VALOR
Impresiones y papelería	\$50.000
Transporte	\$50.000
Tiempo en horas laborales	\$40.000
Llamadas	\$10.000
Alimentación	\$40.000
Imprevistos	\$50.000
Total	\$240.000

9. NÁLISIS DEL ENTORNO

Económico: Colombia actualmente ha tenido un crecimiento un poco lento con respecto a años pasados, según el DANE, “la economía colombiana creció 3,3% en el 2019” (DANE, 2020)¹⁵, se puede observar que la economía sigue en aumento, sin embargo, no como se desearía.

Social: Colombia se encuentra en protestas, marcas por inconformidad con el manejo del gobierno y decisiones de las altas ramas gubernamentales, las personas cada vez desean montar un negocio que trabajar por la falta de oportunidad en un trabajo estable y digno. Sin embargo, Colombia es un país muy incluyente compuesto de varias etnias y características físicas que los diferencian.

Políticamente: Colombia tiene bastantes diferencias políticas, gobiernos mal administrados, una diferencia política entre derecha e izquierda, una corrupción nefasta que ha afectado el progreso del país.

Cultura: es cultural en Colombia celebrar cualquier día especial incluso los días festivos, que producen un incremento en los viajes o vacaciones sitios cercanos, incrementando la industria del turismo, por otra parte, se puede observar el aumento del ocio de la mayor parte de los colombianos.

Ambiental: hay diversidad de animales, plantas, frutas, climas, ecosistemas que hacen rico a Colombia ecológicamente hablando, ambientes agradables para vacacionar. Cuenta con tres océanos y una parte del pulmón del mundo como lo es el Amazonas.

¹⁵ DANE. (05 de 03 de 2020). dane.gov.co. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>

10. ESTUDIO DE MERCADO

DETERMINACION DEL MERCADO OBJETIVO										
GIRARDOT										
POBLACIÓN	GÉNERO		EDAD			ESTRATO SOCIAL		GUSTO	TOTAL	
AÑOS						MUSICAL				
106,818	MUJERES	56,405	16 A 39	19.71%	11,117	BAJO Y MEDIO	99%	11,006	2,201	3,733
	HOMBRE	50,413	16 A 34	15.35%	7,738		99%	7,661	1,532	

MELGAR										
POBLACIÓN	GÉNERO		EDAD			ESTRATO SOCIAL		GUSTO	TOTAL	
AÑOS						MUSICAL				
35,749	MUJERES	18,089	16 A 40	18.70%	3,383	BAJO Y MEDIO	99%	3,349	670	1,166
	HOMBRE	17,660	16 A 35	14.20%	2,508	BAJO Y MEDIO	99%	2,483	497	

FLANDES										
POBLACIÓN	GÉNERO		EDAD			ESTRATO SOCIAL		GUSTO	TOTAL	
AÑOS						MUSICAL				
28,592	MUJERES	14,611	16 A 40	20.60%	3,010	BAJO Y MEDIO	100%	3,010	602	1,021
	HOMBRE	13,981	16 A 35	15%	2,097	BAJO Y MEDIO		2,097	419	

RICAURTE										
POBLACIÓN	GÉNERO		EDAD			ESTRATO SOCIAL		GUSTO	TOTAL	
AÑOS						MUSICAL				
18,666	MUJERES	9,053	16 A 40	43%	3,855	BAJO Y MEDIO	99%	3,816	763	1,466
	HOMBRE	9,613	16 A 35	37%	3,547	BAJO Y MEDIO	99%	3,512	702	

TOCAIMA										
POBLACIÓN	GÉNERO		EDAD			ESTRATO SOCIAL			GUSTO	TOTAL
			AÑOS			MUSICAL				
18,790	MUJERES	9,433	16 A 40	20%	1,887	BAJO Y MEDIO	99%	1,868	374	651
	HOMBRE	9,357	16 A 35	15%	1,404	BAJO Y MEDIO	99%	1,390	278	

AGUA DE DIOS										
POBLACIÓN	GÉNERO		EDAD			ESTRATO SOCIAL			GUSTO	TOTAL
			AÑOS			MUSICAL				
2,660	MUJERES	1,194	16 A 40	11.70%	140	BAJO Y MEDIO	99%	138	28	75
	HOMBRE	1,466	16 A 35	16.20%	237	BAJO Y MEDIO	99%	235	47	

NARIÑO										
POBLACIÓN	GÉNERO		EDAD			ESTRATO SOCIAL			GUSTO	TOTAL
			AÑOS			MUSICAL				
2,203	MUJERES	1,057	16 A 40	18.60%	197	BAJO Y MEDIO	99%	195	39	78
	HOMBRE	1,146	16 A 35	17%	195	BAJO Y MEDIO	99%	193	39	

Fuente: Autor.

TOTAL, MERCADO OBJETIVO **8.190**

MODELO CANVAS

ALIADOS CLAVES Alianzas estratégicas Plataformas de distribución musical Redes sociales	ACTIVIDADES CLAVES Servicio de producción y grabación musical. RECURSOS CLAVES <ul style="list-style-type: none"> • Los colaboradores • Los equipos • Plataformas digitales • Softwares • Aplicaciones 	PROPUESTA DE VALOR <ul style="list-style-type: none"> • Servicio de calidad. • Acompañamiento en la distribución musical en las diferentes plataformas. • Potenciar el talento musical de manera profesional. 	RELACION CON CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> • Online – Redes sociales, Pagina web, mensajería instantánea. • Off line – Estudio de grabación CANALES Estudio de grabación musical. Publicidad on line y off line	SEGMENTOS CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> • Mujeres y hombres de 16 a 35 años. • Empresas que requieran publicidad.
ESTRUCTURA DE COSTES <ul style="list-style-type: none"> • Salario de colaboradores • Adquisición de equipos • Servicios públicos 		FLUJOS DE INGRESOS <ul style="list-style-type: none"> • Grabación musical • Pistas • Grabación de publicidad • Promoción de artistas 		

Aliados claves: Para hacer posible el funcionamiento del modelo de negocio principalmente se debe tener en cuenta las alianzas estratégicas que se van a realizar, como con disqueras, alcaldías, además de las estrategias de mercado como estrategias de precio, calidad, servicio y satisfacción del cliente.

Actividades claves: La empresa principalmente se dedica a la producción musical todo lo que ella incluye como masterización, mezcla, producción, además de la creación de pista y grabación musical que son los servicios por los cuales Cava records será reconocido y solicitado.

Recursos claves: Para llevar a cabo la actividad del estudio de grabación musical los colaboradores juegan un papel fundamental debido a que es una empresa de servicios en la cual el conocimiento del ingeniero de sonido, productor musical son factores claves para que el cliente se sienta satisfecho y pueda alcanzar el éxito, materializando su talento además del director comercial quien se encarga de que el estudio de grabación obtenga cada vez más ganancias y sea reconocido por medio de plataformas digitales, redes sociales y aplicaciones. Además de los equipos deben ser de alta calidad y capacidad.

Propuesta de valor: El diferenciador de Cava records es la calidad del servicio ofrecido, debido a que los equipos que va a tener el estudio de grabación serán de excelente calidad, lo que permite entregar una grabación musical con todos los estándares más altos para que sean aceptados en las plataformas digitales, además de ello el estudio de grabación se diferencia de los demás por el acompañamiento que cada uno de los colaboradores le hará a los clientes en su

talento musical, no solo se va a producir o grabar una canción si no también asesorar en cada uno de los procesos por los que pase el artista para potenciar su talento y pueda alcanzar el éxito musical.

Relación con clientes: La relación con los clientes empieza principalmente en el medio online, en redes sociales donde el mercado se va a sentir atraído, después al sentir interés por los servicios ofertados se comunicara con la empresa por mensajería instantánea como WhatsApp o Messenger, luego de esto el cliente se acerca al estudio de grabación, a utilizar alguno de los servicios ofertados y la relación con el cliente termina cuando se ha realizado la respectiva asesoría, entregado su material y guiado por el camino para continuar con su carrera musical.

Canales: Para mostrar al mercado objetivo la propuesta de valor de la empresa primero están las redes sociales con la publicidad online y publicidad en cada municipio al que se quiere llegar, además de la publicidad que se tendrá en las empresas con las que se va a tener convenio, y el estudio de grabación que es el canal principal donde se oferta el servicio.

Segmento de clientes: Según estudios de mercado y encuestas realizadas, el segmento objetivo de los estudios de grabación está en hombre y mujeres de 16 a 35 años debido a que muy pocas personas mayores de 35 años le apuestan a la industria musical. Otro segmento de clientes al que pretende llegar la empresa es a las empresas que, por medio de grabaciones de voz, publiciten sus productos y servicios.

Estructura de costes: Para llevar a cabo la actividad de la empresa de necesita invertir en equipos para el estudio de grabación que permitan cumplir la propuesta de valor, esto lleva a unos gastos de nómina, al ser una empresa de servicios los rubros como agua, gas, electricidad e internet son fundamentales para poder cumplir con el propósito de la empresa, además de gastos de arriendo y gastos de publicidad.

Flujos de ingresos: ¿Cómo va a ganar dinero la empresa? Prestando servicio de grabación musical, grabación de voz, elaboración de pistas, promoción y publicidad de artistas.

ESTRATEGIAS DE MERCADEO

El mercado al cual va dirigido el estudio de grabación siempre está buscando una propuesta diferente a la de los demás estudios de grabación, es así como se debe contar con estrategias adecuadas para marcar la diferencia frente a la competencia y poder llegar al cliente, estudiando precisamente cada aspecto que genere satisfacción en el mercado sin embargo es un aspecto complejo porque “El éxito de muchas inversiones depende de la capacidad del evaluador para identificar estas imperfecciones y transformarlas en oportunidades. De igual manera, no reconocerlas podría conducir a un fracaso del proyecto”¹⁶ por esto se han planteado las siguientes estrategias identificando una variedad de aspectos que pueden convertirse en fortalezas de la organización.

- Permanecer en el mercado mediante la satisfacción del cliente en cada servicio ofrecido con altos índices de calidad.
- Brindar asesorías en cada uno de los servicios sea elaboración de pistas, grabación musical o toda la producción.
- Enfoque en municipios y/o ciudades pequeñas con el fin de apoyar el talento musical de una gran parte de la población.
- Realizar convenios con las alcaldías de los diferentes municipios para generar ingresos mensuales fijos.
- Implementar ayudas de marketing mediante publicidad ubicada en las calles principales.
- Ayudar a cada artista en sus inicios musicales, realizando diferentes tipos de seguimientos.

A. DEMANDA

1. Consumidores y sus características:

Los principales consumidores de un estudio de grabación son los siguientes; Cantantes, estas personas al ser interpretes musicales se convierten en personas potenciales para grabar sus temas musicales, interpretaciones, grabaciones de voz, estas personas cuentan con talentos vocales fundamentales

¹⁶ Chain, N. S. (2011). Proyectos de inversión, formulación y evaluación. Chile: Pearson.

para su crecimiento profesional, además deben tener conocimiento musical, formación vocal y actoral.

Por otro lado están los Músicos de instrumentos, quienes juegan un papel importante en la elaboración de instrumentación musical sea para canciones, pistas instrumentales entre sus características se encuentra la precisión para encontrar los tonos perfectos en cada producción, desarrollo auditivo, adaptación al cambio, a los gustos, capacidad de comunicación y liderazgo con el cantante, debe contar con un buen trabajo en equipo para acordar con los otros músicos, tener talento con uno o varios instrumentos sea guitarra, violín, piano, acordeón, batería, trompeta, harmónica, arpa, timbales, triángulo entre otros.

Adicional a esto las empresas también son consumidores en el tema de publicidad en el estudio de grabación se caracterizan por querer comercializar diferentes productos o servicios a través una grabación profesional utilizándolo como una estrategia de marketing.

Los DJs, quienes se caracterizan por tener pasión, transmitir emociones, ser audaces, innovadores, creativos, ya cuando reúnen estas características y crean sus pistas musicales las producen en un estudio de grabación y comercializan.

Los músicos independientes, son aquellas personas autónomas que con el manejo de su música logran distribuir a su manera su producto musical sea una canción, composición, instrumental, eventos y cualquier herramienta relacionada con su trabajo. Buscando así los estudios de grabación para materializar su trabajo a través de diferentes formatos digitales, los cuales serán distribuidos de manera autónoma en las diferentes plataformas, como iTunes, YouTube, Spotify, Apple Music, entre otras. Buscando siempre calidad.

El músico profesional autodidacta empírico se caracteriza por tener un gran talento en la música sin haber estudiado una carrera musical que le certifique su trabajo, a pesar de tener conocimientos profesionales cuenta con un talento y experiencia que ha adquirido a lo largo de su vida y que les permite triunfar en el mundo de la música, son un gran potencial que se puede explotar musicalmente,

en los estudios de grabación por medio de un trabajo en equipo con profesionales en la materia.

Carlos Vives es un ejemplo de músico profesional en Colombia de acuerdo a su trayectoria y reconocimientos a nivel nacional como internacional, que lo ha llevado a ser reconocido en la industria musical por algunos temas que le han dado la vuelta al mundo. Según su propia página web,

Corazón profundo y Más corazón profundo, generaron seis # 1 en el Hot Latin Songs de Billboard, con éxitos como: Cuando nos volvamos a encontrar ft Marc Anthony, Bailar contigo, El mar de sus ojos y Volví a nacer, que se convirtió en un himno en América Latina, dominando radios en México, Venezuela, Chile, Argentina, Ecuador, Perú, Centroamérica y Colombia. El Más corazón profundo tour se convirtió en la gira más exitosa en la historia de Colombia, con más de 200.000 fans llenando estadios en cinco conciertos.¹⁷

Carlos Vives se ha convertido en una inspiración colombiana, para muchos de los artistas musicales que quieren seguir sus pasos y convertirse en artistas internacionales y obtener el prestigio y los triunfos que consiguió este profesional musical.

El estudiante de música, se caracteriza por ser una persona que está en el proceso de aprendizaje, estudiando teoría, abierto a cualquier experiencia de carácter musical, interesado en conocer procesos musicales en un estudio de grabación profesional, para adquirir conocimientos, fortaleciendo su trayectoria. Ellos buscan estudios de grabación principalmente para asesorías en algún tema en específico relacionado con lo que estudiaron.

Los compositores son personas importantes en el proceso inicial en la creación musical, las cuales tienen gran conocimiento en teoría musical y composición de temas. Un compositor también puede ser músico o simplemente un colaborador

¹⁷ Carlos Vives . (2016). *www.carlosvives.com*. Obtenido de <https://www.carlosvives.com/biografia/>

de cantantes o estudios de grabaciones. Colombia tiene grandes compositores como prueba de ellos es Juan Esteban Aristizábal Vásquez más conocido como Juanes. “Cuando aún se encontraba en la gira de su primer disco, Juanes empezó a componer y a cranear lo que iba a ser su segundo disco, “Un día Normal” que fue catalogado el álbum más vendido del mundo en el 2002”¹⁸ Así como Juanes hay muchos otros compositores musicales que empezaron trabajando en un estudio y su trabajo se internacionalizo.

2. Análisis de la demanda

a. Comportamiento histórico de la demanda

La música ha sufrido múltiples cambios a lo largo de la historia y junto a ella los estudios de grabación, anteriormente al entrar a un estudio de grabación lo primero que se percibía era una alta gama de equipos físicos especializados en el tratamiento acústico, los espacios solían ser grandes para abarcar bastantes equipos de sonido que debían tener para ser un lugar de trabajo profesional.

Con el paso de los años y con los avances tecnológicos se comenzó a implementar herramientas virtuales y softwares que dieron remplazo a cada uno de los equipos antiguos y costosos, haciendo una transición de lo analógico a lo digital, siendo esto un punto de partida importante para reducir los costos y aumentar el “work flow” o fluidez del trabajo.

El trabajo digital volvió más llamativos los estudios de grabación, cada vez se fue aumentando la cantidad de estudios y homestudios en el mundo gracias a un aumento en el consumo musical. “Las ventas de música digital, hasta ahora prácticamente equivalentes a las ventas físicas en todo el mundo, representaron por primera vez más de la mitad del monto, en concreto un 54%”.¹⁹ El aumento

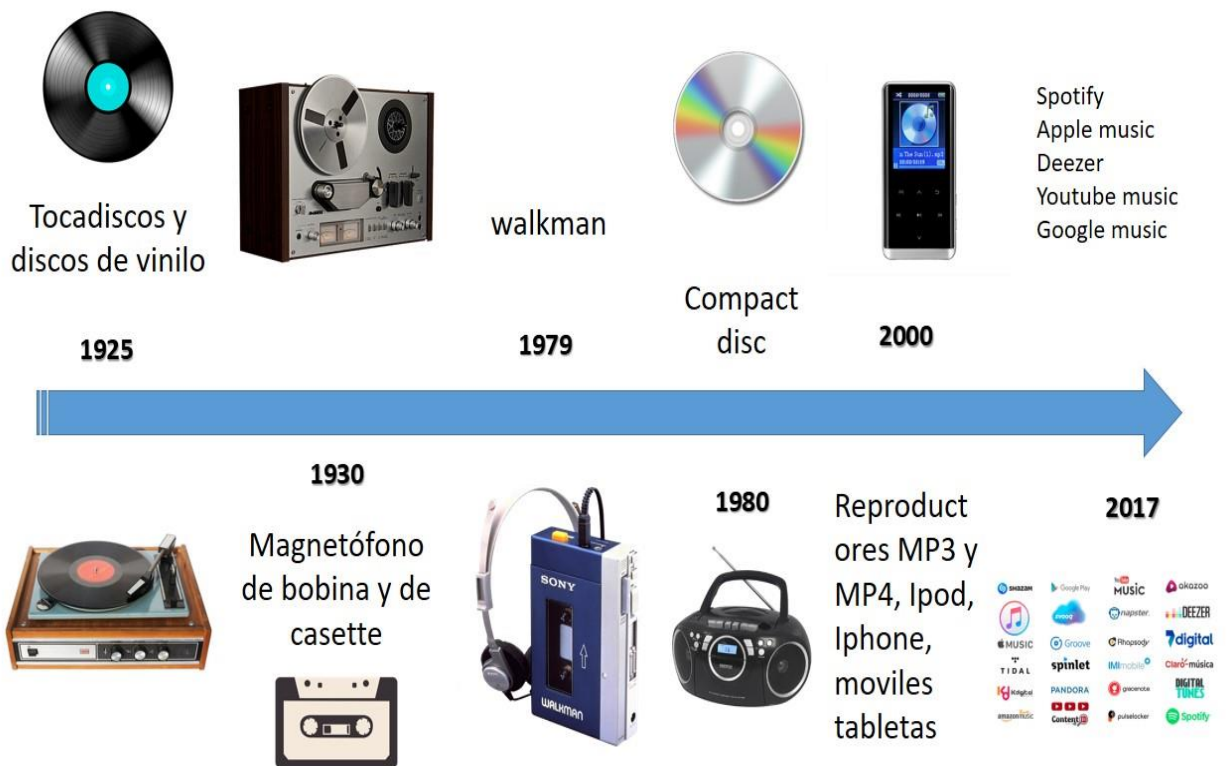
¹⁸ Colombia. (13 de 10 de 2016). *www.colombia.com*. Obtenido de <https://www.colombia.com/especiales/juanes/biografia.asp>

¹⁹ El Espectador. (24 de 04 de 2018). *www.elespectador.com*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/economia/la-industria-musical-registra-un-crecimiento-record-de-ventas-en-2017/>

de la demanda ha aumentado gracias a las plataformas musicales que ofrecen servicios de música para streaming o transmisiones en vivo.

b. Factores determinantes de la demanda

Anteriormente las personas que querían invertir en la música, buscaban un lugar donde fuera posible realizar una grabación de buena calidad para que las personas empezaran a escucharlos, así que empezaban con las grabaciones analógicas, grabaciones en cinta donde se grababan las voces de una manera natural es decir tal cual fueran sus voces, eso era lo que iba a quedar plasmado en su disco, no era digital como ahora que el más mínimo error se puede corregir inmediatamente.



Es así como los músicos debían arriesgarse, ellos eran los que buscaban lugares que brindaran las mejores alternativas para que los sonidos de sus voces e instrumentos fueran los mejores, así que estos músicos debían acudir a ciudades principales por la carencia de oferta.

Para acudir antiguamente a un estudio se necesitaba agenda una cita con anterioridad, y especificar cuál era el objetivo que tenía el grupo musical o el cantautor, algunos estudios reconocidos exigían un demo para conocer su trabajo y decidir si trabajan o no con el músico por temas de prestigio y reconocimiento ya que estos mismos estudios de grabación solían ser los representantes de los cantantes.

Ellos realizaban esta segmentación para seleccionar un futuro éxito con estos grupos musicales, además de lo costoso que era producir una canción y que esta no retribuyera lo invertido debido a que en estos tiempos no había fácil acceso a la distribución musical como en la actualidad.

Cabe decir que, con los avances tecnológicos, ha cambiado drásticamente la manera de negociación entre los estudios de grabación y los artistas, donde el enfoque principal es buscar la demanda por el exceso de oferta, debido a que producir se ha convertido en una labor más práctica y flexible gracias a la tecnología, donde quien marca la diferencia es el talento.

c. Distribución geográfica de la demanda

La música se expresa de manera diferente en cada país según sus costumbres, creencias, gustos, o entornos. Se consume en cualquier parte del mundo, sin embargo, solo en ciertos lugares se encuentra una concentración de artistas que están dispuestos a materializar esa música a través de la producción musical.

Estos lugares donde hay mayor demanda suelen ser ciudades principales que cuentan con oportunidades para incursionar una carrera musical, donde hay escuelas de música, estudios de grabación, tiendas de instrumentos musicales, conciertos, carreras afines a la creación de música; producción musical, ingeniería de sonido, ingeniería de mastering, etc.

En Colombia las ciudades que tienen buena demanda musical son Medellín, Bogotá, Cali y la gran zona de la Costa. Según el Canal 13 “Desde 2011 hasta el 2016 los ingresos que ha dado la música grabada en Colombia se doblaron, es decir, hace 7 años la cifra era de \$17 millones de dólares y hace dos años

terminó marcando \$35 millones de dólares.”²⁰ La música cada vez cada vez aumenta su demanda y es por eso que también ha aumentado la oferta con el fin de aprovechar una porción de ese nuevo mercado.

Al haber un aumento de la demanda de música han aparecido diferentes plataformas digitales que han decidido ofrecer servicios legales de descarga de música, las empresas más reconocidas se han dirigido a un servicio legal, teniendo en cuenta los derechos de autor y la normatividad en la música.

Servicios de descarga de música bajo legalidad según año.

PLATAFORMAS	2011	2012	2013	2014	2015
• Codiscos	X	X	X	X	X
• "Ideas Comcel Music Store"	X	X			
• Ideas Music			X		
• iTunes	X	X	X	X	X
• "Prodiscos -Entertainment Store"	X	X	X	X	
• "Supertienda Movistar Música"	X	X			
• Movistar,			X		
• Sonora	X	X			
• Tigo	X	X	X	X	X
• ETB Música	X	X	X		
• Batanga,			X	X	
• Binbit,			X		
• Deezer			X	X	X
• Rdio,			X	X	
• Spotify,			X	X	X
• YouTube			X	X	X
• Google Play				X	X
• Napster				X	X
• Claro Música				X	X
• MUZU				X	
• Apple Music					X
• Guvera					X
Total	8	8	13	13	11

Fuente: Fundación Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). Anuario estadístico 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016.

Con el paso de los años se ha ido aumentando el cumplimiento con la legalidad de servicios de descarga musical en la mayoría de plataformas reconocidas, se

²⁰ Canal 13. (21 de 11 de 2018). www.canal13.com.co. Obtenido de <https://canaltrece.com.co/noticias/industria-musical-colombiana-cifras/>

debe a que todas esas compañías han aumentado sus ventas y entran a competir con una amplia gama de empresas que ofrecen casi los mismos servicios.

La música se vende en dos tipos generales de formato, el físico y el digital. A través del tiempo se ha producido un cambio en el consumo de música, ya la gente consume poco formato físico y han aumentado el formato digital, el cual es más práctico y brinda más variedad.

SEGMENTO MÚSICA		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas de música grabada por año según tipo de soporte (millones de dólares)	FORMATO	58	40	15	10	11	13	20	23	23
	Físico	45	30	11	7	7	6	6	5	3
	Digital	13	10	4	3	4	7	14	18	21
Puesto de Colombia en el ranking mundial en ventas físicas según porcentaje de ingresos del comercio mundial *		(-)	(-)	41	41	38	39	37	39	42
Puesto de Colombia en el ranking mundial en ventas digitales según porcentaje de ingresos del comercio mundial **		(-)	(-)	33	39	34	31	27	30	31

Fuente: Fundación Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). Anuario estadístico 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017.

Las ventas de formato físico van a seguir disminuyendo hasta dejar de existir, sin embargo eso no quiere decir que la música va a perder ingresos, por el contrario, va a aumentar sus ganancias por medio del formato virtual el cual genera menos costos y más utilidades, y su distribución es más práctica.

d. PROYECCION DE LA DEMANDA

La demanda musical a lo largo de la historia ha tenido grandes avances, cabe resaltar que tiempo después del año 1969 con la creación del internet la demanda musical aumento significativamente, los productores musicales y en general los estudios de grabación encontraron más recursos para su trabajo, tecnología que iba mejorando paso a paso cada detalle de la producción, masterización y todo tipo de detalles a la hora de comercializar un tema musical, ya para el año 2013 con todo el avance global de las plataformas musicales, más

personas empezaron a motivarse por generar ingresos con este arte musical, es así como la demanda disparó sus cifras, la publicidad que se empezó a generar fue increíble, y los ingresos que dejaban estas plataformas era sorprendente así las personas con algún talento musical, fue dándose a conocer, empezó a grabar más y más temas, conocían más a fondo la vida de personas que se hacían famosas y exitosas con esta actividad.

Según El informe de la organización IFPI, América latina es por quinto año consecutivo, la región de más crecimiento en la compra de música grabada a nivel mundial:

La industria de música grabada ingresó 20.200 millones de dólares en 2019, un 8,2 % más que el año anterior, impulsada por un aumento del consumo en *streaming* o sin descarga previa, indica el Informe de música global difundido este lunes por la organización IFPI, que representa al sector.²¹

Es así como se refleja un aumento de demanda generado en los últimos años y el positivismo que se tiene para los próximos años que probablemente siga en aumento mejorando todos los aspectos de la industria musical.

Se puede proyectar según encuestas realizadas y desarrollo musical que dentro de los próximos 5 años la demanda musical aumente aún más, este año 2020 ha sido un poco difícil para la industria musical pero sin duda el año 2021 vienen aumentos significativos, como han venido generándose en los últimos años, donde las personas creen más en la música, en el talento que tienen y como este los puede ayudar a generar más ingresos, han visto crecimiento de muchos colombianos que desde cero han comenzado un camino musical lleno de éxito.

Uno de los factores que más impulsan el crecimiento de la demanda son artistas famosos que con su historia marcan la vida de muchos artista que empezaron

²¹ EL espectador. (4 de Mayo de 2020). Obtenido de La industria musical creció un 8% en 2019: tuvo ingresos por 20.200 millones de dólares:
<https://www.elespectador.com/entretenimiento/musica/industria-musical-ingreso-20200-millones-de-dolares-en-2019-un-82-mas-articulo-917923/>

desde cero y ahora graban en los estudios más importantes del mundo, un ejemplo de ello es SHAKIRA Isabel Mebarak Ripoll, una colombiana es una cantautora, productora discográfica, bailarina, empresaria, que con su talento ha sido inspiración de muchos artistas, considerada pionera que redefinió el alcance internacional de los cantantes latinos.

Su talento es impresionante, por comenzar su carrera tan joven, tan solo a sus ocho años compuso su primera canción.

Siendo adolescente, Shakira firmó su primer contrato discográfico con Sony Music Colombia, sello para el que grabó su primer álbum, *Magia* (1991), con temas que había compuesto entre los ocho y los trece años, al que siguió dos años después un segundo álbum, *Peligro* (1993). Su personalidad impactó de inmediato al público y a los periodistas musicales.²²

Su personalidad y su voz la ha hecho crecer, por ser diferente, tener una voz diferente a la de muchos artistas, un tono único es lo que inspira a miles de millones de personas con talentos diferentes únicos que los hace pensar en que si se puede salir adelante con la música.

No solo Shakira ha impactado en el mundo musical hay bastantes artistas musicales como, Carlos vives, Juanes, JBalvin, Maía, Fonseca, Maluma, Aterciopelados, entre otros que sirven de inspiración y aumento de la demanda.

²² Ruiza, M. Fernández. y Tamaro, E. (2004) . Biografía de Shakira. en *Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea. Barcelona (España)*. Recuperado de <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/s/shakira.htm> el 5 de septiembre de 2019

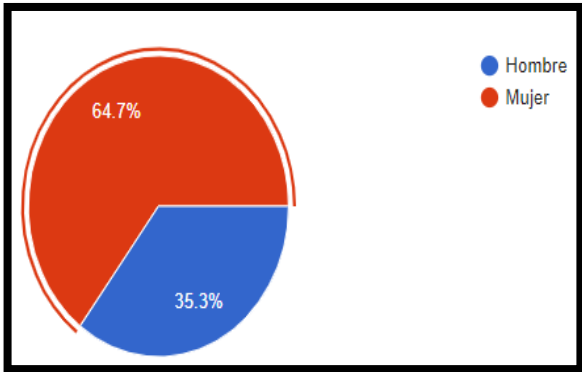
DESCRIPCION DE PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DE SERVICIOS DE "PRODUCCION MUSICAL"	192					
PLAN DE SERVICIO		65%	70%	70%	80%	90%
VENTA DEL SERVICIO DE "PRODUCCIÓN MUSICAL"		125	134	134	154	173
PRECIO DE VENTA POR SERVICIO DE "PRODUCCIÓN MUSICAL"		\$ 700.000	\$ 805.000	\$ 925.750	\$ 1.064.613	\$ 1.224.304
COSTO POR SERVICIO DE "PRODUCCIÓN MUSICAL"		\$ 73.678	\$ 81.045	\$ 89.150	\$ 98.065	\$ 107.871
DESCRIPCION DE PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DE SERVICIOS DE "GRABACIÓN MUSICAL"	960					
PLAN DE SERVICIO		80%	85%	90%	100%	100%
VENTA DEL SERVICIO DE "GRABACIÓN MUSICAL"		768	816	864	960	960
PRECIO DE VENTA POR SERVICIO DE "GRABACIÓN MUSICAL"		\$ 70.000	\$ 80.500	\$ 92.575	\$ 106.461	\$ 122.430
COSTO POR SERVICIO DE "GRABACIÓN MUSICAL"		\$ 15.893	\$ 17.482	\$ 19.230	\$ 21.153	\$ 23.269
DESCRIPCION DE PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DE SERVICIOS DE "CREACIÓN DE PISTAS"	480					
PLAN DE SERVICIO		60%	70%	70%	80%	90%
VENTA DEL SERVICIO DE "CREACIÓN DE PISTAS"		288	336	336	384	432
PRECIO DE VENTA POR SERVICIO DE "CREACIÓN DE PISTAS"		\$ 150.000	\$ 172.500	\$ 198.375	\$ 228.131	\$ 262.351
COSTO POR SERVICIO DE "CREACIÓN DE PISTAS"		\$ 41.892	\$ 46.081	\$ 50.689	\$ 55.758	\$ 61.334

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

INGRESOS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS POR SERVICIO DE PRODUCCIÓN MUSICAL	\$	7.280.000	7.280.000	7.280.000	7.280.000	7.280.000	7.280.000	7.280.000	7.280.000	7.280.000	7.280.000	7.280.000	7.280.000
INGRESOS POR SERVICIO DE GRABACIÓN MUSICAL	\$	4.480.000	4.480.000	4.480.000	4.480.000	4.480.000	4.480.000	4.480.000	4.480.000	4.480.000	4.480.000	4.480.000	4.480.000
INGRESOS POR VENTAS DE PISTAS	\$	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000
TOTAL INGRESOS	\$	15.360.000	15.360.000	15.360.000	15.360.000	15.360.000	15.360.000	15.360.000	15.360.000	15.360.000	15.360.000	15.360.000	15.360.000
EGRESOS													
COSTOS POR SERVICIOS	\$	2.788.790	2.788.790	2.788.790	2.788.790	2.788.790	2.788.790	2.788.790	2.788.790	2.788.790	2.788.790	2.788.790	2.788.790
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$	-	-	-	11.546.982	11.546.982	11.546.982	11.546.982	11.546.982	11.546.982	11.546.982	11.546.982	11.546.982
GASTOS DE VENTAS (3%)Ventas	\$	460.800	460.800	460.800	460.800	460.800	460.800	460.800	460.800	460.800	460.800	460.800	460.800
DEPRECIACION	\$	309.893	309.893	309.893	309.893	309.893	309.893	309.893	309.893	309.893	309.893	309.893	309.893
AMORTIZACION	\$	174.917	174.917	174.917	174.917	174.917	174.917	174.917	174.917	174.917	174.917	174.917	174.917
TOTAL EGRESOS	\$	3.734.400	3.734.400	3.734.400	15.281.382	15.281.382	15.281.382	15.281.382	15.281.382	15.281.382	15.281.382	15.281.382	15.281.382
UAI-UTILIDAD OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	11.625.600	11.625.600	11.625.600	78.618	78.618	78.618	78.618	78.618	78.618	78.618	78.618	78.618
Impuestos (30%)	\$	3.487.680	3.487.680	3.487.680	23.585	23.585	23.585	23.585	23.585	23.585	23.585	23.585	23.585
UTILIDAD NETA	\$	8.137.920	8.137.920	8.137.920	55.032	55.032	55.032	55.032	55.032	55.032	55.032	55.032	55.032

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

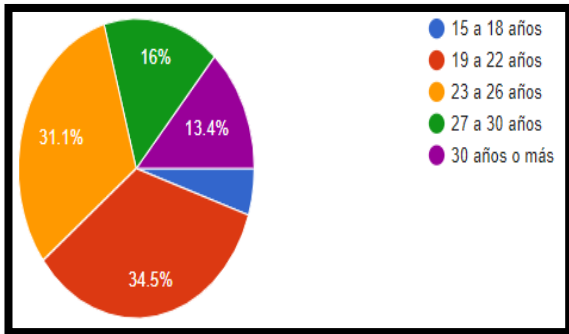
GENERO



ANÁLISIS

La población encuestada en su mayoría fueron mujeres, así que respuestas de la encuesta este guiado al mercado femenino.

RANGO DE EDAD



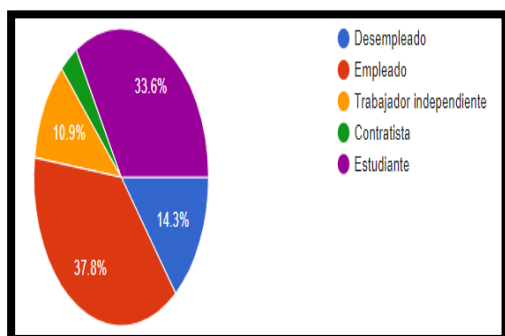
ANÁLISIS

El mercado objetivo que busca la encuesta es de 16 a 30 años, es decir que las respuestas que se van a obtener van a ser altamente asertivas, debido a que los porcentajes más altos se encuentran en estos rangos de

edad.

¿CUAL ES SU OCUPACIÓN?

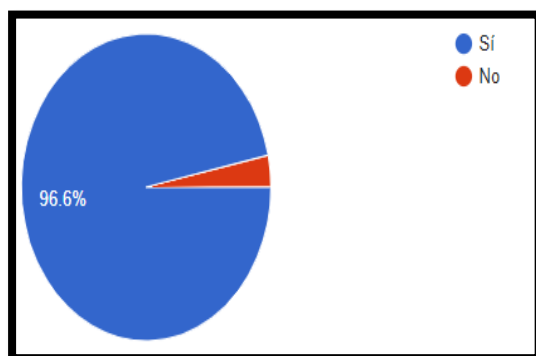
ANÁLISIS



La mayoría de los encuestados trabaja, es decir que tienen ingresos para poder pagar sus grabaciones sin embargo los estudiantes al ocupar un alto porcentaje sin tener ingresos tendrían que buscar patrocinio para desarrollar su profesión musical.

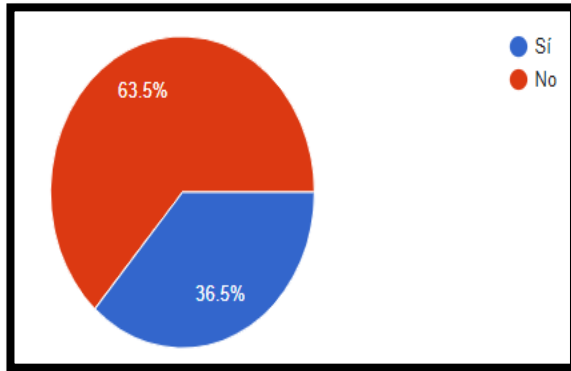
¿LE GUSTA LA MUSICA?

ANÁLISIS



Se evidencia una alta demanda del mercado para la música, permitiendo llegar a más persona con la oferta del estudio de grabación musical.

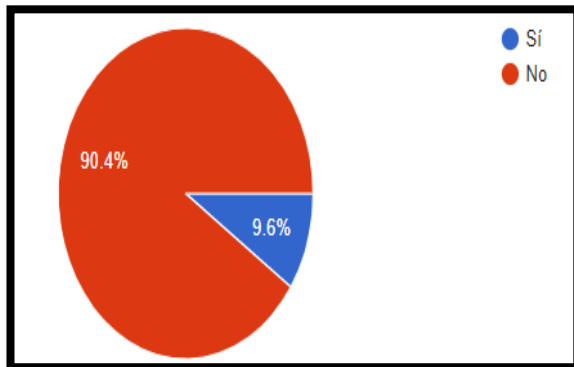
¿HA REALIZADO ALGUNA ACTIVIDAD MUSICAL?



ANÁLISIS

El mercado se va segmentando y solo el 36,5 de la población conoce a fondo la experiencia musical, y estaría realmente interesado en seguir realizando actividades musicales.

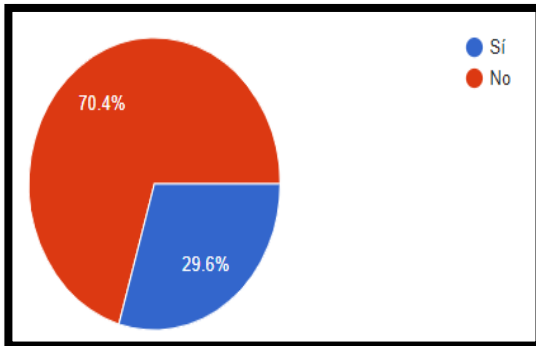
¿HA REALZADO ALGUN TIPO DE ACTIVIDAD LUCRATIVA MEDIANTE LA MÚSICA?



ANÁLISIS

Muchas personas no le apuestan a la música para generar ingresos, si no es más una pasión.

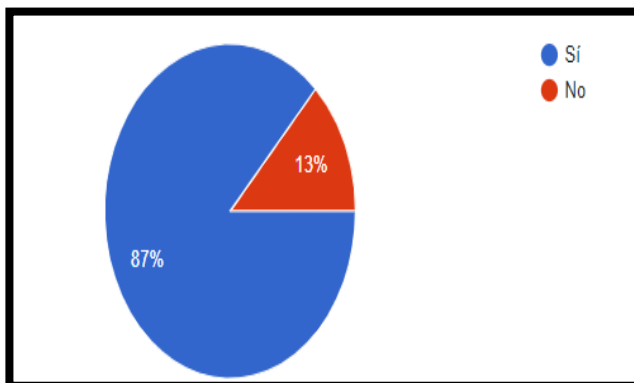
¿ESTARIA DISPUESTO A GRABAR UN TEMA MUSICAL?



ANÁLISIS

Se cuenta con un 29.6% de la población que sería nuestro mercado objetivo para ofrecer el servicio de grabación musical

¿CONOCE A ALGUIEN QUE LE GUSTE LA MÚSICA O TOCAR ALGÚN TIPO DE INSTRUMENTO?

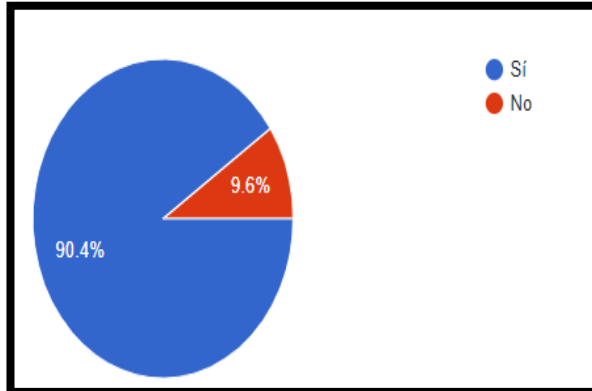


ANÁLISIS

La mayoría de personas tienen algún tipo de pasión musical lo cual es fundamental para empezar en el mundo artístico.

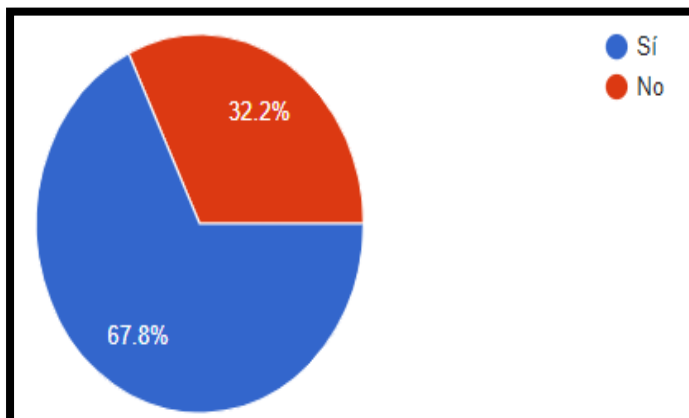
¿CREE USTED QUE CON TALENTO MUSICAL SE PUEDE
GENERAR BUENOS INGRESOS?

ANÁLISIS



La mayoría de personas le apuestan a la industria musical y tienen confianza en que puede ser un trabajo con una buena rentabilidad por el reconocimiento que genera.

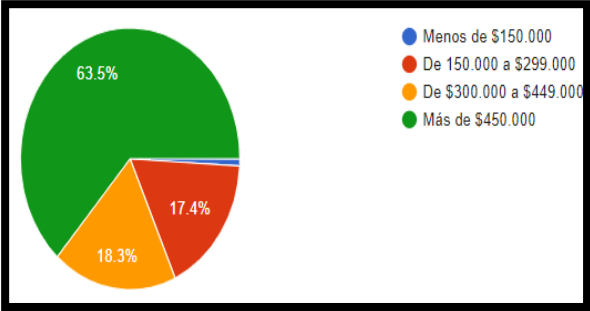
¿CONSIDERA QUE LOS GIRARDOTEÑOS Y PERSONAS DE
MUNICIPIOS ALEDAÑOS PAGARÍAN POR GRABAR EN UN ESTUDIO
DE GRABACIÓN?



La población encuestada le apuesta a diversificar la cultura, apoya el talento y son conscientes de que si hay oportunidad de generar estos espacios musicales hay crecimiento no solo personal sino también de la ciudad y alrededores.

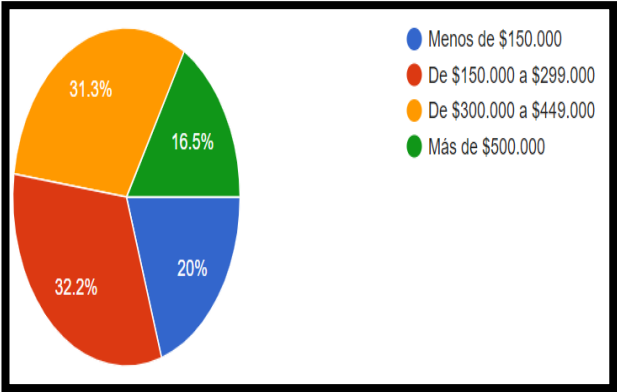
¿CUANTO CREE QUE CUESTA ELABORAR UNA CANCIÓN EN UN ESTUDIO DE GRABACIÓN MUSICAL?

ANÁLISIS



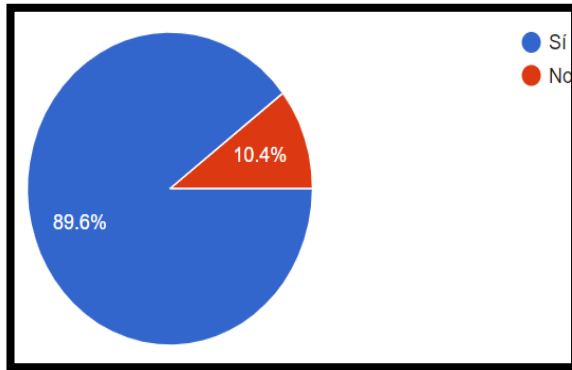
Las personas tienen conocimiento del alto costo de los servicios de grabación musical, son conscientes de que son servicios de calidad y que los resultados que se obtienen son los que recompensan el valor.

¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LA ELABORACIÓN DE UNA CANCIÓN?



Los individuos saben que prestar los servicios de los estudios de grabación es costoso, pero no estarían dispuestos a pagar precios tan altos, por los ingresos que tienen, es por esto que es bueno implementar los patrocinios.

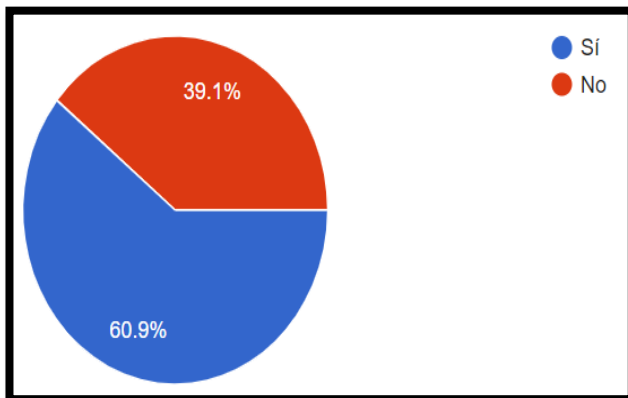
¿CREE USTED QUE GIRARDOT NECESITA APOSTAR A LA CULTURA MUSICAL?



ANÁLISIS

La población girardoteña está convencida que el talento este, lo que falta son oportunidades donde se apueste a la cultura para el desarrollo social.

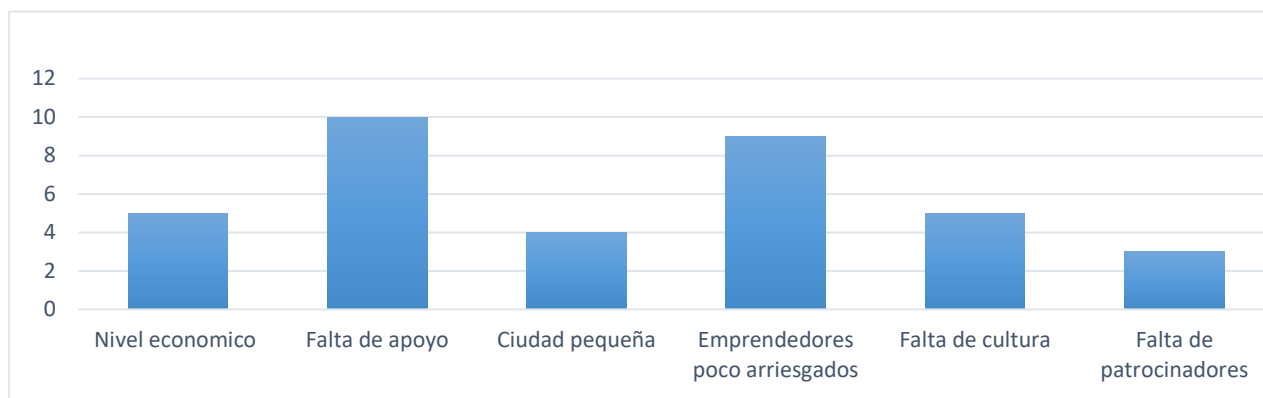
¿CONSIDERA QUE GIRARDOT TIENE DIVERSIDAD CULTURAL?



ANÁLISIS

Girardot tiene poca diversidad cultural la cual está enfocada en el turismo es por esto que falta implementar otros tipos de industria como la musical para encontrar más talento del municipio y alrededores.

¿POR QUÉ MOTIVO SUPONE USTED QUE GIRARDOT NO CUENTA CON ESTUDIOS DE GRABACIÓN PROFESIONAL?



CONCLUSIÓN GENERAL DE LAS ENCUESTAS

El público objetivo para la elaboración del estudio de grabación se encuentra entre 19 y 26 años, los cuales son en gran proporción estudiantes y empleados, lo que quiere decir que se encuentran en un estrato nivel medio, los cuales no estarían dispuestos a pagar altas sumas de dinero por grabar un producto musical, según la encuesta saben el valor que tiene grabar en un estudio profesional pero cuando se trata de empezar a ejecutar esta acción no estarían dispuestos a pagar altos precios, debido a que la situación de esta zona de Cundinamarca y del Tolima no cuenta con los mejores ingresos.

Sin embargo, se puede concluir que muchas personas tienen algún talento musical, les gusta la música y un 29,6% estaría dispuesto a grabar una canción considerando ese porcentaje la opción de mercado disponible por explotar, estas personas que están dispuestas a grabar están seguros que este tipo de actividad comercial, aumentaría la diversidad cultural de la región y daría la oportunidad a muchas personas que aún no han desarrollado su talento, de hacerlo y empezar a ganar dinero, el cual fue uno de los últimos factores identificados, el 90.4% de la población encuestada sabe que la industria musical genera buenos ingresos, por los ejemplos colombianos que se tienen en la actualidad.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN PROYECTO DALLA COMERCIALIZADORA

GRUPO OBJETIVO:

Hombres y mujeres, entre los 16 y 35 años, de los niveles socioeconómicos de estratos 1 al 3. Que habitan principalmente en Girardot y municipios aledaños.

TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Descriptivo.
Resolución de problemas culturales desde la observación del comportamiento del entorno.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN:

Cuantitativa. Involucra el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados

TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:

Cuantitativa, entrevista (encuesta) persona a persona.

UNIVERSO:

8190 habitantes

MUESTRA:

Formula 160 personas , grupo objetivo que pertenezcan, preguntas para utilizar los productos de nuestra empresa (filtración) cuantos discos grabarían en el año. Tipo de música por género, 15 preguntas. Específicos estarías dispuesto a grabar, cuanto estaría dispuesto a pagar, tiene patrocinador, manager,

MARGEN DE ERROR:

8%

NIVEL DE CONFIANZA:

92%

DISEÑO MUESTRAL:

Muestreo conglomerado o estratificado

COBERTURA GEOGRÁFICA:

Girardot y los municipios aledaños

FECHA DE CAMPO:

CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA		
Parametro	Valores	TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA POBLACION
		164
N	8190	n = Tamaño de muestra a hallar N = Tamaño de la poblacion o universo Z = Parámetro estaditico que depende e = Error de estimación P = Probabilidad de que ocurra el evento Q = Probabilidad de que no ocurra el evento. Confianza = 95%
Z	1.810	
P	50%	
Q	50%	
e	7%	
n=	6707.81 40.9451	
FORMULA		
$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$		
		NIVEL DE CONFIANZA
		Z alfa
		99.7%
		3
		99%
		2.58
		98%
		2.33
		96%
		2.05
		95%
		1.96
		94%
		1.88
		93%
		1.81
		92%
		1.75
		90%
		1.65
		80%
		1.28
		50%
		0.674
FUENTE: Profesor Arturo Serrano Mendoza. Programa de Administracion de Empresas. Universidad de C		

OFERTA

1. Estructura del mercado

a. Definición del mercado

El mercado para el estudio de grabación es amplio, entre el cual podemos describir los siguientes: Parrandas vallenatas, que son grupos musicales compuestos por dos o más personas que se juntan para celebrar algún tipo de evento se da en carácter más amistoso, también están los músicos instrumentales, son aquellos grupos que se juntan para mostrar su talento con algunos instrumentos donde en pocas ocasiones ilustran sus voces, en definición de mercado también encontramos las famosas “papayeras” que son grupos musicales más segmentados, interpretando temas populares generalmente en pueblos o ciudades pequeñas.

Los Dj (Disc Jockey) son mezcladores de música que son importantes en la elaboración de mezclas y pistas musicales, si un estudio de grabación cuenta con estos profesionales ofrece mejores oportunidades para los consumidores, así como los compositores, que al incluirlos en la oferta del estudio de grabación musical profesional generan un valor agregado para aquellos músicos, personas con voces estupendas que canten música hecha por compositores profesionales.

el mercado anteriormente nombrado es potencial importante para los estudios de grabación.

b. Composición actual del mercado

Actualmente el mercado, está compuesto por bandas musicales, compositores, manager, cantantes, músicos, orquestas musicales, bandas informales, estudiantes en aprendizaje, bandas sinfónicas, que tal vez se dedican exclusivamente a su función y se presentan en algunos lugares para generar ingresos pero solo algunos consiguen la fama con su talento, el mercado actual se debe emprender a oportunidades que solo algunos pueden tomar y es cuando se generan los reconocimientos y empieza el mundo del éxito pero para esto muchas personas necesitan un manager que es una persona que dirige a la persona con el talento, es aquella que cuenta con los recursos para promocionar, gestionar eventos para que el artista vaya siendo reconocido, pero esto no es todo, muchos artistas han generado impacto en el mundo musical por su reconocimiento de talento en redes y este va expandiendo su oportunidad un ejemplo de ello es, Toni Watson conocida como Tones and I, reconocida por su canción Dance Monkey, Tones and I de tan solo 19 años es una artista callejera

que con su voz logro convertir su canción en la más escuchada en mayo del 2019. Que con una oportunidad de una persona que vio su talento en la calle, logro alcanzar el éxito. “Recibió la tarjeta de quien se iba a convertir en su manager, Jackson Walkden-Brown, que la invitó a formar parte de su agencia Lemon Tree Music y gracias a quien llegó a otro nivel.”²³ Toni era reconocido en Australia, pero no tanto como después de que su manager la ayudara, y juntos lograran hacer el video clip de su canción.

Es así como una oportunidad puede hacer la diferencia en los artistas, y esto es lo que motiva a muchas personas a seguir sus sueños, confiar en su capacidad hasta que puedan lograr alcanzar la meta.

2. PRODUCTOS DEL PROYECTO

a. Uso actuales y potenciales

Los estudios de grabación tienen múltiples servicios entre los cuales se encuentra, grabación analógica, digital, de música, cantantes, solistas, bandas, ofrece su servicio no solo para grabar en un escenario local como lo es el propio estudio, sino también para grabar en conciertos o lugares abiertos.

Mezcla y masterización para pasar el material grabado a un CD o dispositivo.

Ediciones de audio, donde se mejora la voz de los artistas, los sonidos, ruido de fondo, se mejoran las grabaciones y si el cliente necesita también se realizan las pistas.

El estudio de grabación profesional que se pretende crear cuenta con uno compositores especializados en realizar canciones para las personas que así lo gusten, cuenta con un ingeniero de sonido también disponible para cualquier asesoría.

b. Usuarios

Los artistas van a ser los que requieran los servicios del estudio de grabación, aquellas personas con talento musical sean para cantar, tocar algún tipo de instrumento sea un individuo o un grupo.

c. Productos sustitutos

Actualmente con la evolución de la tecnología, muchas personas crean sus propios estudios de grabación locales HOME STUDIOS, es decir adecuan un

²³ Escalante, M. I. (5 de enero de 2020). *INFOSHOW*. Obtenido de Tones and I, la joven artista callejera detrás de la canción más escuchada del mundo: <https://www.infobae.com/teleshows/infoshows/2020/01/05/tones-and-i-la-joven-artista-callejera-detras-de-la-cancion-mas-escuchada-del-mundo>

espacio de su casa implementando equipos como micrófonos, programas de grabación y masterización.

d. Productos complementarios.

Para un estudio de grabación es fundamental complementarse con las disqueras que son empresas que se dedican a la comercialización y distribución de los productos musicales.

Por otro lado, están las escuelas o academias de música, que forman los artistas que luego van a querer explotar su talento en estudios de grabaciones para empezar en su camino de reconocimiento.

Estudios de grabación audiovisual donde se realizan los video clips de las canciones, se ilustra lo que los artistas plasman en los estudios de grabación musical.

3. LA COMPETENCIA

El estudio de grabación proyectado en el presente proyecto competiría directamente con los estudios de la zona como los son los estudios de grabación profesional de Ibagué, entre los cuales se encuentra: Eco Music, Rock Waves Studios, Free mind studio, Unirecord de los cuales sea hecho una investigación y manejan los precios y estrategias más atractivas para los consumidores.

En la capital, Bogotá se encontró bastante competencia, con todo tipo de precios y ofertas musicales entre los cuales investigamos los siguientes estudios de grabación profesional: REC estudio, Mono song, Suen Records. Bogotá al tener un gran campo de oferta se lleva grandes ventajas, pero, el estudio de grabación que se tiene proyectado va a ser principalmente para zonas aledañas que posiblemente prefieran buscar un lugar cercano como Girardot, Cundinamarca para no gastar dinero en transporte y demás.

IBAGUÉ

ESTUDIO PRECIOS	ECOMUSIC	ROCK WAVES STUDIOS	FREE MIND STUDIO	UNIRECORD
HORA GRABACIÓN	\$ 40.00	\$ 50.000	\$ 40.000	\$ 45.000
CANCIÓN	\$ 500.000	\$ 350.000	\$ 450.000	\$ 400.000

BOGOTÁ

ESTUDIO PRECIOS	REC STUDIO	MONO SONG	SUENA RECORDS	DELTA RECORDS
HORA GRABACIÓN	\$ 45.000	\$ 80.000	\$ 40.000	\$ 90.000
CANCIÓN	\$ 450.000	\$ 800.000	\$ 450.000	\$ 900.000

Fuente: Autores

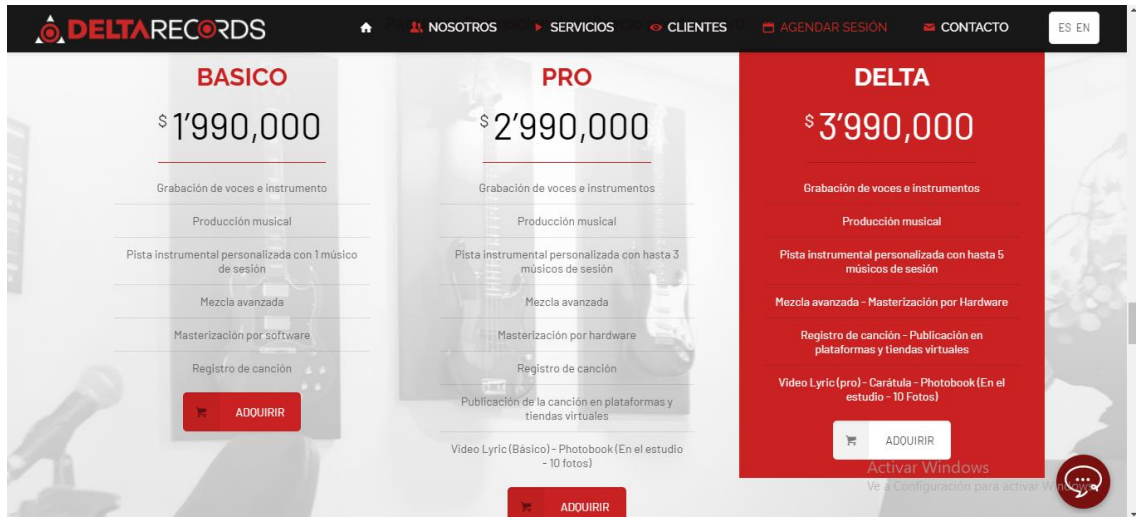
LIDER DEL MERCADO – DELTA RECORDS

BENCHMARKING

DELTA RECORDS, es una productora audiovisual y estudio de grabación en el que conceptos artísticos se materializan, en composición, grabación, mezcla, masterización, producción, audiovisual y fotografía.

En su catálogo tiene ocho servicios lideres entre los cuales se encuentra:

- Composición, producción y grabación
- Edición, mezcla y masterización
- Steaming
- Musica publicitaria
- Dirección de video y fotografía
- Sonido para audiovisuales
- Croma
- Modelado y renderizado 3D



Fuente: Página oficial Delta records

Etapas de benchmarking



www.RobertoEspinosa.es

Para el estudio de grabación principalmente, se realizara un benchmarking competitivo, donde se analizaran los servicios que ofrece Delta Records, sus funciones principales, se compara con el estudio de grabación Cava Records, identificando cuales son las mejoras que se deben hacer para incluso superar la competencia, Al comienzo puede ser bastante difícil por la inmensidad de diferencias que presenta una empresa que ya es distinguida en el mercado con una empresa que inicia en el mercado, sin embargo se realizan planes estratégicos para no solo recopilar datos si no también empezar a invertir en los recursos necesarios para materializar las ideas obtenidas después del debido seguimiento.

4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

a. Comportamiento histórico

Cuando nace el primer estudio se da gracias a que el gramófono tuvo mucho más éxito que el fonógrafo por lo que con los discos cilíndricos del gramófono surgió la empresa "The columbia Phonograph Company" " Se situaba en la famosa avenida de Manhattan, fue la primera en crear un estudio de grabación

como tal en el año 1890”²⁴ Principalmente estos estudios no eran diseñados como estudios de grabación, si no como recintos de reproducción, debido a que ni siquiera había conocimiento de los mismos, poco a poco se fueron acomodando para ser estudios de grabaciones.

La primera casa discográfica que hubo en Colombia, lleva 80 años “su fundador, Toño Fuentes, en Cartagena, y en el que grabaron sus éxitos la Sonora Matancera, Fruko y sus Tesos, Joe Arroyo y Alfredo Gutiérrez” ²⁵ Este estudio tenía algunas máquinas importadas, brindo apoyo a unos de los primeros artistas colombianos, siendo muy reconocidos.

Otro estudio de grabación que marco la vida de muchos artistas colombianos era del estudio de Emilio Estefan, Crescent Moon Studios (Estudio luna creciente) creado a finales de los años 80 donde Estefan comenzó con la producción de varios sellos discográficos.

b. FACTORES DETERMINANTES DE LA OFERTA

Actualmente en un mundo tan competitivo lo que realmente marca la diferencia es la innovación y el valor agregado que tenga la empresa, es así que para poder hacer parte del mercado se debe competir con calidad, precio, promoción y plaza, ofreciendo a los consumidores de este servicio de grabación la mejor oportunidad para crecer, es por eso que la innovación del estudio de grabación CAVA Records va a brindar excelencia en las **4 P DEL MARKETING** de E. Jerome McCarthy:

MARKETING MIX

PRODUCTO

En este aspecto de “producto” cabe aclarar que lo que busca brindar el estudio de grabación musical son diferentes servicios que se manifiestan como producto intangible musical que tiene su precio, cuando se habla de

²⁴ Esteban, M. (31 de Mayo de 2017). *Historia y evolución de los estudios de grabación.*

Obtenido de <https://prezi.com/bboybrktsxxy/historia-y-evolucion-de-los-estudios-de-grabacion/>

²⁵ Solano, C. (2016). *Un recorrido por la historia de los éxitos y fracasos de la primera casa discográfica del país.* Obtenido de

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15015959>

un producto se hace referencia a estos servicios que va a ofrecer la empresa:

1. Servicio de grabación musical: donde el artista paga por grabar su voz o grabar diferentes tipos de instrumentos en los equipos de la empresa, dicho servicio se ofrece por horas, donde el artista tiene la libertad de tiempo para poder grabar sea una canción, una propaganda, una publicidad comercial, una canción instrumental, la cual será entregada en formatos digitales, esto no incluye mezcla ni pista, ni masterización, la diferenciación de este primer servicio es el apoyo y acompañamiento del productor musical, el cual genera un valor agregado al dar asesorías frente a lo que desea grabar el cliente.
2. Creación de instrumental, este servicio es entregado igualmente en formato digital, donde el cliente paga porque la empresa le cree una pista ya sea con instrumentos en vivo o formatos de creación de sonidos, el plus de este servicio es la capacidad con la que cuenta el ingeniero de sonido para plasmar la idea de los artistas en formatos digitales, donde el cliente decide como quiere su producto musical, que sonidos necesita, además del asesoramiento conforme a la necesidad para que resulten productos de calidad.
3. Producción musical, es el servicio más completo de la empresa, el producto intangible líder el cual contiene todos los servicios mencionados grabación musical, creación de instrumental, además de masterización, comercialización (según el caso), mezcla de sonidos, composición. Se entrega un combo completo listo para que el artista se reconozca en el mercado musical, cuando se hace referencia a producción musical, es lo que busca un artista cuando empieza su camino musical, es acá donde los estudios de grabación entran en el mundo de la competencia y del mercado, cuando los artistas nuevos quieren entregarle su talento a una empresa, para que haga de eso algo mejor, la fase de producción es la más importante en el camino artístico, donde se empieza a reconocer su material musical el cual debe brindar formatos de calidad, mezclas completas, claras, para que el mercado aprecie no solo la inspiración del artista sino también ese producto realizado por la empresa, que a su vez empieza a tomar valor en el mercado.

Para tener éxito en la venta de los servicios anteriormente la empresa está enfocada en las siguientes estrategias:

Primero la estrategia de Richard Sandhusen de crecimiento intensivo, esta es adecuada donde las oportunidades de producto-mercado no han sido explotadas

en su totalidad en este caso va a hacer una empresa nueva en los municipios de Cundinamarca teniendo claro que para empezar a llegar al mercado se debe:

1. Utilizar la estrategia de penetración, donde se va a ofertar un precio conveniente teniendo en cuenta que los precios del estudio van a estar un poco por debajo de la competencia, se realizarán fuertes actividades de publicidad en los diferentes municipios, se pretende llegar al cliente de una forma clara, donde ellos se den cuenta que deben invertir su talento en ese estudio y no en otro, por la facilidad de transporte, de ubicación, fácil desplazamiento, persuadiendo a los clientes por medio de ayudas de la alcaldía para generar más escuelas musicales y así se motiven a continuar la carrera musical, además de ofrecer espacios y equipos de alta calidad donde se den cuenta que el estudio de profesional ubicado en Girardot cuenta con los mismos beneficios que los de las grandes ciudades.
2. Estrategia de desarrollo de mercado, en esta estrategia se buscarán nuevos clientes, explorar un nuevo mercado en diferentes zonas geográficas, como lo son municipios de Cundinamarca y del Tolima los cuales no cuentan con estudios de grabación profesional.
3. Estrategia de desarrollo del servicio, en este caso el catálogo de servicios va a ir 100% orientado a ayudar al crecimiento profesional del artista mediante todo el proceso de grabación y producción musical, donde no solo va a grabar sus canciones, sino que además va a seguir aprendiendo con el producto musical y el ingeniero de sonido.

Además, se desarrollarán todas estas estrategias en **SEGMENTOS MÚLTIPLES**, donde el mercado meta está en varios grupos de clientes potenciales, al ser servicios de música orientados al cualquier tipo de género: Bachata, Baladas, Blues, Bolero, Clásica, Corrido, Country, Criollo, Cumbia, Disco, Dubstep, Electrónica, Flamenco, Garaje Rock, Góspel, Heavy Metal, Hip Hop, Indie Jazz Merengue, Polka, Pop, Punk, Ranchera, Rap, Reggae, Reggaetón, Rumba.

Con el fin de abarcar un mayor segmento del mercado.

PRECIO

El mercado al cual se pretende llegar es un mercado nuevo, que falta explorar en la ciudad de Girardot, sin embargo teniendo en cuenta los recursos de las personas de los municipios aledaños, se pretende entrar al mercado con precios ajustables a los ciudadanos, sin embargo también se asesorará a los clientes para que consigan un tipo de manager o patrocinador que les ayude en su vida artística, debido a que los equipos que se utilizarán en el estudio serán de alta gama y calidad.

Principalmente para establecer el precio del servicio se analizaron las diferentes modalidades para la determinación del precio del servicio:

- Basado en costos totales: en esta modalidad no se tiene en cuenta el mercado, ni la competencia, si no el valor es así que para fijar su precio se basa en los costos de la empresa, costos fijos y costos variables, sus posibles variaciones, un margen de utilidad, calidad de los productos utilizados para la prestación de servicios, con el fin de que la empresa tenga claro cuántos productos deberá vender y cuál es su punto de equilibrio.
- Basado en la utilidad esperada: Es un modelo más incierto, donde el precio se establece teniendo en cuenta dos factores, suma de los productos de probabilidad y la utilidad sobre todos los posibles resultados, depende de la aversión al riesgo.
- **Basado en la competencia:** la empresa establece los precios tras observar y analizar la competencia, teniendo claro los productos o servicios rivales, sin embargo, en esta modalidad la empresa decide subir o bajar un poco los precios para entrar en una “guerra con el mercado”. Esto con el fin de penetrar al mercado para ganar más clientes, y así aumentar la cuota de mercado, logrando hacer que las personas comparen la oferta del mercado y elijan la que mayor beneficio económico les genera.
- Basado en los precios internacionales: En este caso la empresa busca brindar la misma calidad y status que otras empresas de otros países que ofrecen los mismos servicios, esto con el fin de contar desde un principio con el prestigio y asimilación de productos extranjeros.
- Basado en las imposiciones legales: Los precios y las condiciones de la oferta están basados en el ambiente económico – financiero dictado por políticas sean del país o la ciudad donde la empresa va a tener su empresa, es así que cuando varían estas políticas, se ajustan los precios en forma proporcional a las variaciones.
- Basada en condiciones de mercado o la demanda: se fija de acuerdo a la psicología del consumidor, teniendo en cuenta la elasticidad de la demanda, debido a que la demanda es la cantidad que el mercado está dispuesto a aceptar, es una modalidad más realista, es un enfoque de

marketing basado exclusivamente en el mercado, teniendo en cuenta la intensidad de demanda en el servicio ofertado.

Es así como la empresa del estudio de grabación cava records ha decidido guiarse por la **modalidad de precio basada en la competencia**, debido a que el segmento de mercado al que se va a hacer referencia es muy selectivo y según investigaciones realizadas la gran mayoría de estudios de grabación manejan un mismo ranking de precios, sin embargo los servicios que se van a ofrecer van a estar un poco por debajo , debido a que se ingresa a un mercado nuevo, en la ciudad de Girardot y municipios aledaños, donde se ha identificado personas con recursos no muy altos, además se tiene claro que los precios que ofrece la competencia se ajustan a las ganancias y el margen de utilidad que la organización espera obtener para a su vez tener un punto de equilibrio y evitar al máximo las pérdidas.

PLAZA

Plaza, que es el lugar donde se prestara el servicio estimulando la adquisición del servicio brindando espacios confortables, libre de sonido externos, en un lugar aislado, con equipos llamativos y buenas condiciones, un entorno que brinde seguridad, confianza, un lugar tranquilo, donde los artistas se sientan dispuestos a dar lo mejor de ellos para que su producto sea exitoso.

Principalmente el estudio de grabación estaría ubicado en la ciudad de Girardot para prestar servicio también a los municipios aledaños. El público en general cuando se siente atraído con un talento artístico y en este caso talento musical, busca estudios de grabación profesional, pero al no encontrar en la ciudad, ni en sus alrededores para fácil transporte y disminución de costos, debe desplazarse hasta las grandes ciudades como Bogotá e Ibagué.

Es así como con el estudio en un lugar de fácil desplazamiento será una de las ventajas con las que iniciaría, incentivando a las personas cundinamarqueses que apoyen esta nueva empresa.

PROMOCIÓN

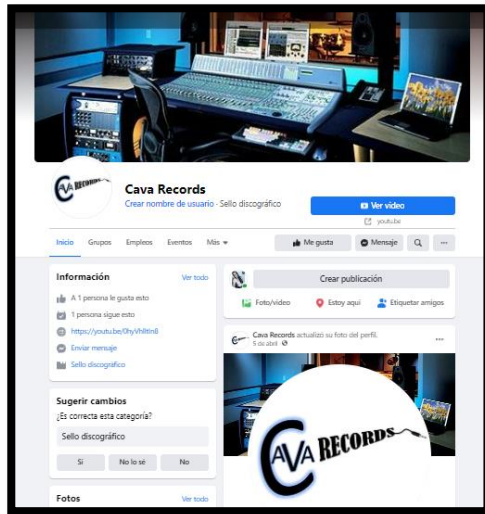
Promoción, uno de los medios más rentables para la publicidad en este caso de los estudios de grabación es por medio de las redes sociales, sin embargo, al ser un “negocio” nuevo en el territorio, requiere apoyo que posiblemente la alcaldía quiera brindar, además de campañas no solo publicitarias sino también en escuelas de música de los municipios aledaños a Girardot, creando motivación y entusiasmo en las personas que les apasiona el arte musical.

Canales de publicidad:

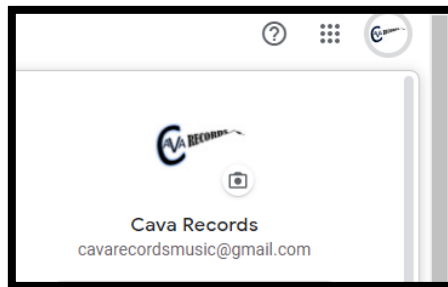
- Promoción en radios
- Pasacalles y pendones en las calles principales y alcaldías de Girardot, Melgar, Tocaima, Agua de Dios, Espinal, Flandes, Jerusalén, Nariño, Ricaurte, Guataquí y Nilo.
- Redes sociales: Página Web, Fan Page en Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter.

En la mencionada publicidad, se invitará a las personas a seguir explotando su talento musical, indicándoles que ya hay oportunidad de grabar sus productos musicales, en un estudio de grabación profesional, para lograr transmitir los mensajes de marketing de manera efectiva se pretende llegar primero a las emociones del cliente, donde se dé cuenta que ya tiene el talento y ahora necesita empezar a mostrarlo, mediante el estudio de grabación que llega a la ciudad.

Correo corporativo:

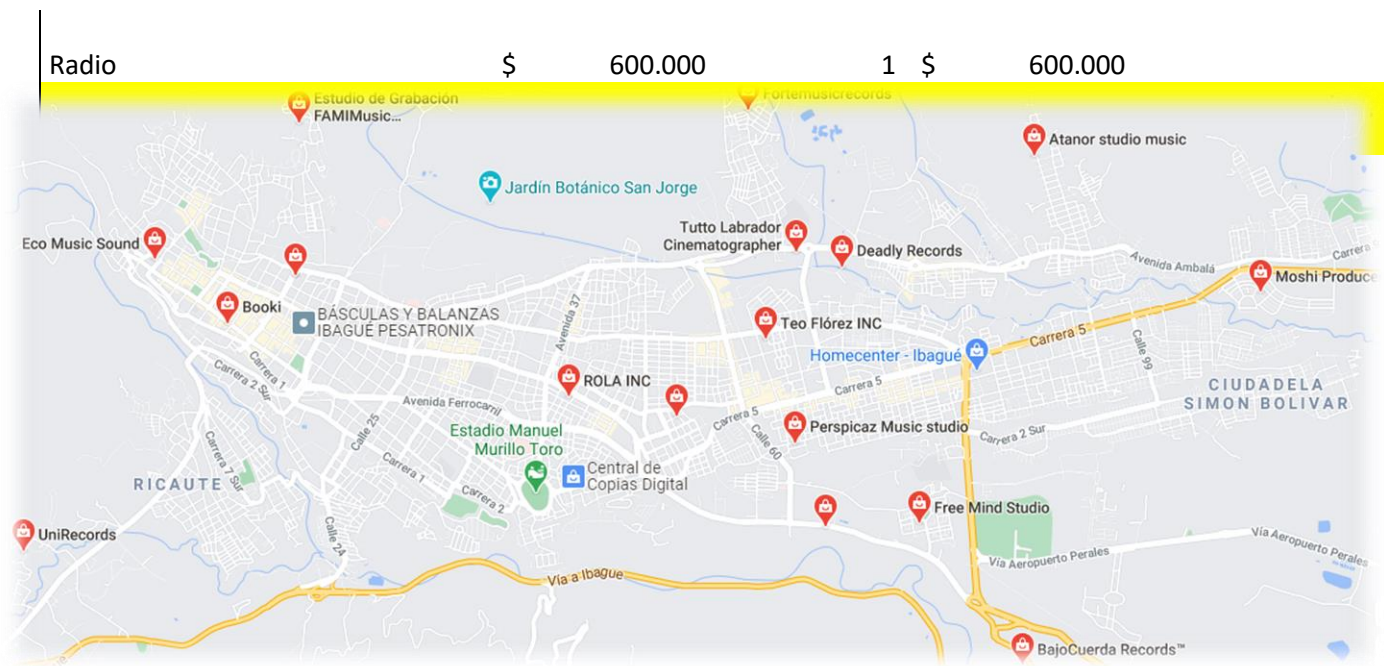


Fan Page Facebook



PRECIOS

Redes sociales	\$	500.000	1	\$	500.000
Pasa calles y pendones	\$	3.000.000	1	\$	3.000.000



Fuente: Autores.

c. Distribución geográfica

OFERTA DE ESTUDIOS DE GRABACIÓN PROFESIONAL EN IBAGUÉ,
TOLIMA

Fuente: Google Maps

OFERTA DE ESTUDIOS DE GRABACIÓN PROFESIONAL EN BOGOTÁ

Fuente: Google Maps

d. Proyección de la oferta

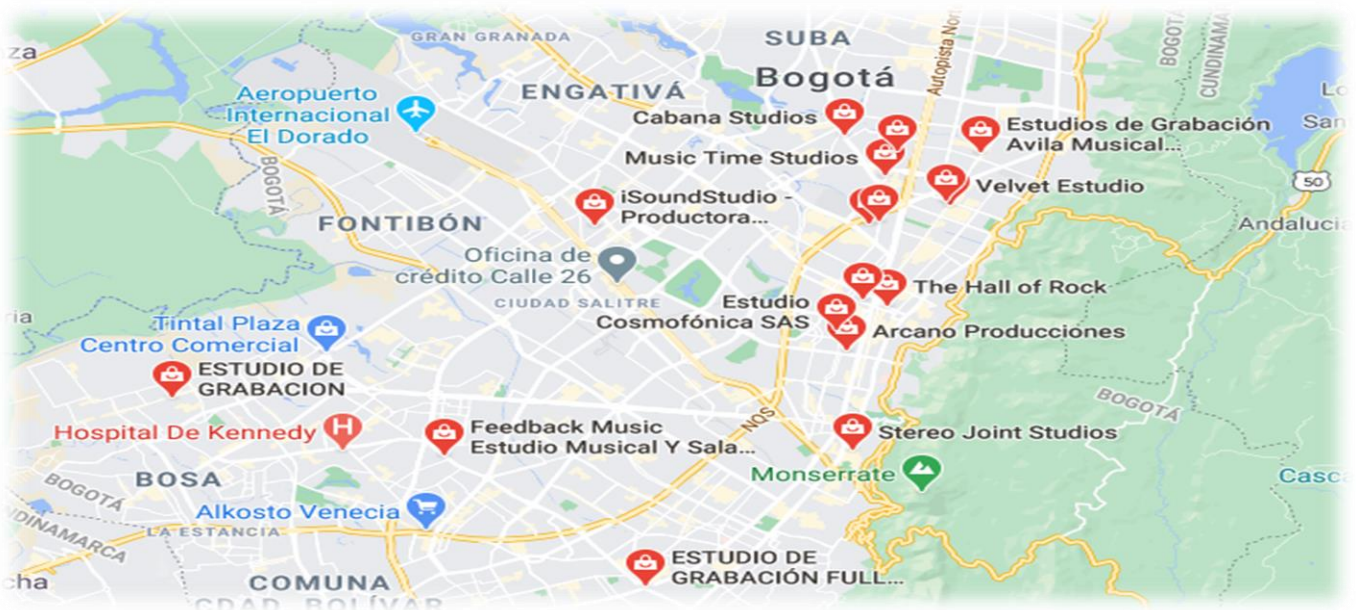
Según el comportamiento histórico de la oferta, el avance de la creación que han tenido los estudio de grabación ha sido pausada, debido a que su uso específico se desarrolla en la última década, sin embargo en los últimos años después de 1969, se han venido desarrollando una serie de negocios innovadores, que tienen como fin la producción de música, a pesar de la oferta sustituta como son los homestudios, los artistas prefieren grabar sus temas musicales en espacios totalmente adecuados grandes, en estudios profesionales, es así como la oferta ha ido aumentando paulatinamente, lo cual permite hacer una proyección de aumento de la oferta en la que se determina que posiblemente aumenten los estudios de grabación musical en el país, muchas personas le están apostando al mundo musical.

Es así como solamente el que logre marcar la diferencia en el mercado tan competitivo es quien cumplirá sus objetivos.

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

1. Volumen físico de venta estimado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio producción	125	134	134	154	173
Servicio grabación	768	816	864	960	960
Pistas	288	336	336	384	432



2. Precio de venta por unidad

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio producción	\$700.000	\$805.000	\$925.750	\$1.064.613	\$1.224.304
Servicio grabación	\$70.000	\$80.500	\$92.575	\$106.461	\$122.430
Pistas	\$150.000	\$172.500	\$198.375	\$228.131	\$262.351

3. Costo del producto por unidad

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio producción	\$73.678	\$81.045	\$89.150	\$98.065	\$107.871
Servicio grabación	\$15.893	\$17.482	\$19.230	\$21.153	\$23.269
Pistas	\$41.892	\$46.081	\$50.689	\$55.758	\$61.334

4. MODALIDADES Y CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN

a. Forma de pago

El estudio de grabación proyectado presta servicios inmediatos por lo cual será solo ha contado, sin ningún tipo de crédito.

De igual forma se implementará diversidades en medios de pagos los cuales pueden ser directamente en la empresa o por plataformas virtuales como la página y diferentes canales bancarios como cuentas en grupo Aval, nequi, daviplata entre otras.

b. NORMA DE CALIDAD

El estudio de grabación realizara todo el proceso establecido para contar con la certificación de sistema de gestión de calidad, especialmente la norma ISO 9000 la cual está establecida por la Organización internacional de normalización.

Es importante permitir a la empresa comprometerse con calidad de servicio, optimizando los recursos y alcanzando niveles esperados, crear una empresa requiere planificación, modelos de gestión, tener formación mediante documentación, definir modelos y normas estándares dentro de la empresa, donde los objetivos se conviertan en el fundamento de la empresa para hacer bien todas las funciones de cada uno de los colaboradores y mostrar mejores resultados.

Según la organización internacional de normalización,

“la norma ISO 9000 está fundamentada en 8 principios de gestión de calidad y su finalidad es dirigir a las organizaciones al éxito, con un enfoque principalmente en el cliente y a la mejora continua.

Los 8 principios de gestión de la calidad son:

Enfoque al cliente.

Liderazgo.

Participación del personal.

Enfoque basado en procesos.

Enfoque de sistema para la gestión.

Mejora continua.

Enfoque basado en hechos para la toma de decisión.

Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.”²⁶

Estos son parámetros fundamentales para que la organización funcione bajo excelentes estándares de calidad, además con la implementación de la norma mencionada, se obtienen grandes beneficios como, funcionamiento óptimo, cumplimiento de los objetivos, permite contar con un sistemas de gestión de calidad para el desarrollo de las actividades, la empresa gana eficacia, obteniendo resultados superiores, mejora relaciones con proveedores, clientes, permite un fácil acceso a distintos mercados, genera confianza y fidelidad no solo para los clientes, sino también para los colaboradores , además de un reconocimiento en el mercado derivado de un certificado que garantiza que la empresa es una entidad independiente que ha verificado la eficacia del sistema de gestión.

²⁶ ISOTools . (2015, Julio 10). *Plataforma tecnologica para la gestion de la excelencia* . From ISO Tools: <https://www.isotools.org/2015/07/10/que-certificaciones-puedes-conseguir-en-la-serie-iso-9000/>

5. PLAN O ESTRATEGIAS DE VENTA

A. DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA

Es difícil para la empresa sobrevivir a la competencia sin tener estrategias diferenciadoras que generen algún tipo de diferenciación en el mercado, es por esto que el estudio de grabación musical CAVA Records implementara la siguiente estrategia de liderazgo en costes y diferenciación de Porter:

Cava records al ser un estudio de grabación profesional único en los municipios del alto magdalena y municipios aledaños maneja costos realmente llamativos frente a los de las grandes ciudades el cual estará por debajo del precio de la competencia, esto será posible debido al sueldo que se le pagaran al personal capacitado además del lugar donde se encontrara el establecimiento debido a que es residencial, genera gastos menores. Al tener precios bajos será proporcional a los ingresos de las personas que deseen empezar su carrera artística y tendrán mayor accesibilidad al estudio de grabación además de realizar diversos tipos de promoción para que las personas con recursos apadrinen una persona con talento como un “manager”.

Por otro lado, una estrategia fundamental que empleara el estudio de grabación es la diferenciación, primero mediante la innovación siendo único en el alto magdalena, ofreciendo no solo un servicio de grabación o producción si no, una consultoría, una asesoría completamente incluida en los diferentes catálogo de servicio, con el fin de generar lealtad y fidelidad por parte de los clientes, contribuyendo en todo el proceso de acompañamiento de producción donde se busca estar presente en toda la carrera del artista, para generar experiencias positivas y generen reconocimiento de la marca.

¿Qué diferenciara este estudio de grabación de la competencia? La diferencia enorme que se encontrará será en la calidad del servicio, la comodidad de las instalaciones, el acompañamiento continuo al cliente en todas sus etapas de crecimiento y la experiencia única que vivirá el cliente con cada colaborador musical de la organización.

B. DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

Para la comercialización de un producto intangible es importante tener claro que su nivel de exigencia es mayor, donde la comercialización potencial estará en los clientes en el “voz a voz” en la experiencia grata y positiva que marque al

cliente, es por eso que aparte de la publicidad común de pasacalles, pendones y radio, se busca llegar más allá, mediante las redes sociales, página web y correos electrónicos los mismos clientes contarán su trayectoria con la empresa, su nivel de satisfacción frente a este nuevo tipo de negocio en unos municipios poco explorados, donde mostrarán a las demás personas la razón de ser de la empresa, enfocada principalmente en el crecimiento artístico de cada uno.

Se implementará bonos de descuento y obsequio a clientes que traigan referidos, así los artistas también harán parte de la comercialización de la organización, este incentivo realmente motiva porque es un beneficio que ayuda económicamente.

Adicionalmente, según las cinco fuerzas de Porter, tener poder de negociación con los clientes, considerando esto una oportunidad de recomendación donde los clientes prefieren los servicios únicamente de esta empresa.

C. MODELO DE NEGOCIO PROPUESTO

El principal método para generar ingresos será generar motivación en aquellas personas que cuentan con algún tipo de talento musical, sea el de tocar un instrumento, cantar, hacer pista, incentivándolas a grabar sus canciones, sus pistas musicales, para empezar a explotar el talento que tienen.

En esta área de atracción al mercado se encontrará un agente propio de la empresa, Director (a) Comercial quien se encargará de establecer convenios, alianzas con las alcaldías de los municipios de Ricaurte, Agua de Dios, Tocaima, Jerusalén, Nilo, Nariño, Guataquí, Melgar, Flandes, donde se ofertará la nueva empresa de grabación musical que apoyará a los futuros artistas, también se buscará apoyo económico de dichas entidades para generar mayores oportunidades en los jóvenes y adultos que quieran empezar este mundo artístico, la publicidad como pendones y pasacalles será el principal aliado para que las personas observen el nuevo estudio de grabación profesional, en un lugar cerca y con unos precios accesibles.

Para dar a conocer la empresa, el director (a) Comercial hará presencia en eventos musicales, conciertos, eventos de las alcaldías, realizará diferentes visitas por universidades, escuelas artísticas, además de un acompañamiento de personal que repartirá volantes tipo brochure en las principales calles de los municipios de Cundinamarca y Tolima.

D. ELEMENTO DIFERENCIADOR

Cava Records se diferenciará de los demás estudios de grabación profesionales por proyectar a artistas de la región a ser reconocidos a nivel nacional y

probablemente internacional, teniendo en el acompañamiento como un sello discográfico independiente.

E. PROPUESTA DE VALOR

la mayor propuesta de valor que el estudio de grabación está dispuesto a brindar es la distribución musical a diferentes plataformas musicales con el fin de rentabilizar el trabajo del artista.

11. ESTUDIO TÉCNICO

A. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Identificar cada uno de los requerimientos necesarios para el funcionamiento del estudio de grabación musical, además se tendrán en cuenta aspectos como el proceso, los equipos, las dimensiones del área de trabajo, insonorización del lugar, cantidad de trabajadores, entre otros.

B. DEFINICIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

1. Capacidad de producción: plan de producción.

Cada estudio de grabación maneja un tiempo y cantidad determinada de producción, según sus herramientas de trabajo y sus políticas, sin embargo, hay un tiempo estimado promedio que es de más de 2 días por canción, aproximadamente la producción de 3 canciones a la semana, llegando a un total de 144 canciones al año, siendo 144 la capacidad máxima de producción al año.

La producción de la canción está compuesta principalmente por la grabación, que puede tener una duración de 1 a 3 horas, dependiendo el tipo de canción, el trabajo del cantante, el proceso técnico y los arreglos. La mezcla que es uno de los procesos más importantes, tiene una duración aproximada entre 4 a 12 horas dependiendo la complejidad del proyecto y por último está la masterización que suele tener una duración de 1 a 4 horas, sin embargo es recomendable que la persona encargada de la mezcla no sea la misma de la masterización, llegado el caso que la persona que mezcla sea la misma del mastering, esta persona deberá dejar un tiempo de descanso auditivo entre la mezcla y el mastering de mínimo 12 horas para desacostumbrar los oídos a la canción.

Proyección de capacidad instalada.

144 = 100%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
%	40%	50%	60%	70%	80%
#	58	72	86	101	115

Horas de producción.

PROCESO	HORAS	NOTA
Producción	1 a 3	Grabación o instrumental.
Mezcla	4 a 12	Depende de la complejidad de la canción.
Mastering	1 a 4	12 horas después de la mezcla si la hace la misma persona.

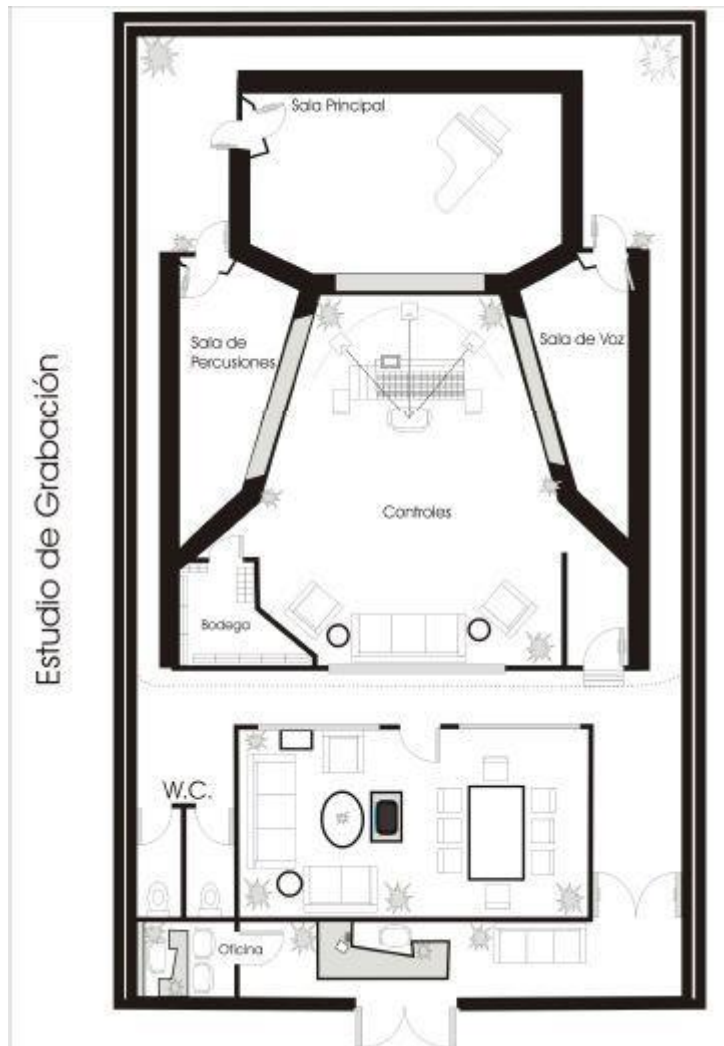
2. posibilidades de expansión.

La expansión es una correcta decisión llegado el caso de haber aumentado la demanda, en este caso la expansión duplicaría la capacidad total instalada de 144 a 288 canciones al año. En este caso no es necesario duplicar todos los recursos para expandir, simplemente redistribuir de manera adecuada para que al contratar más personal puedan trabajar de manera simultánea más de dos canciones al tiempo.

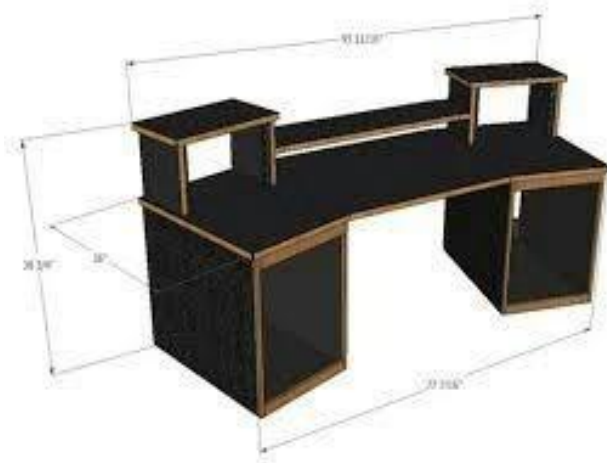
3. factores determinantes del tamaño.

Uno de los factores más importantes y determinante para definir el tamaño es el sonido, de acuerdo al sonido se establece unas medidas adecuadas para la distribución y organización de un estudio de grabación. El sonido se comporta diferente dependiendo la estructura física de los estudios, el material de las paredes, piso, techo y ubicación geográfica.

4. Justificación del tamaño.



El mapeo logístico de un estudio de grabación musical va enfocado a un objetivo importante llamado tratamiento acústico, identificando la distribución geográfica de la infraestructura y los elementos o equipos de trabajo. Cada pared debe estar tratada en especial las cabinas de grabación las cuales son de vital importancia para el inicio de la producción.



La presente imagen muestra la mesa de trabajo, el lugar más importante y donde se trabaja el proceso musical, esta debe contar con unos parámetros ideales para trabajar de manera correcta sin ningún tipo de mala percepción de la música. Los elementos que van en la mesa de trabajo son el ordenador, los monitores auditivos, la consola y la tarjeta de sonido.

Los monitores deben ir formando un cuadro equilátero a la altura de los oídos del productor, por eso es necesario la desviación de 45 grados de cada monitor para apuntar a cada uno de sus oídos dejando una separación de 20 centímetros el respaldo con la pared.

C. INGENIERÍA DEL PROYECTO.

1. Proceso productivo o proceso operativo.

1.1. Descripción del proceso. Tiempo, actividades e insumos requeridos

El proceso de un estudio de grabación inicia a través de agendar citas para distribuir de manera correcta el tiempo productivo y evitar cruces de clientes y trabajo acumulado, al momento de agendar la cita se establece una fecha y hora para iniciar con el proceso incluyendo los parámetros necesarios para su uso,

aclarando y determinando todo el portafolio de servicios y las indicaciones necesarias para su uso.

Muchos cantantes suelen tener lista la letra de la canción y la instrumental, si llegado el caso los cantantes no cuentan con letra o instrumental se ofrecerá un servicio personalizado adicional, una vez lista la composición de la letra y la instrumental se procede al proceso de producción donde se busca generar el mejor registro de voz del cantante, incluyendo voz principal, voces auxiliares y voces de apoyo, incluyendo cualquier efecto en la voz.

En este proceso es necesaria la presencia del cantante y productor musical para la creación del registro de la vocal, es necesario contar con varios registros o varias tomas porque en el siguiente proceso solo le compete al ingeniero de mezcla y si dado el caso el registro de voz queda mal, en el siguiente proceso será difícil o inútil corregir los errores de registro dependiendo su complejidad.

Después de contar con un buen registro de voz la grabación y la instrumental pasan a un nuevo proceso llamado mezcla, este es uno de los procesos más importantes porque se le da forma a la voz a través de la ecualización, compresión, limitación, efectos como el delay, reverb, Deezzer, entre otros y juntando de manera perfecta la pista con la voz en un solo archivo, sin tener inconvenientes con el choque de frecuencias.

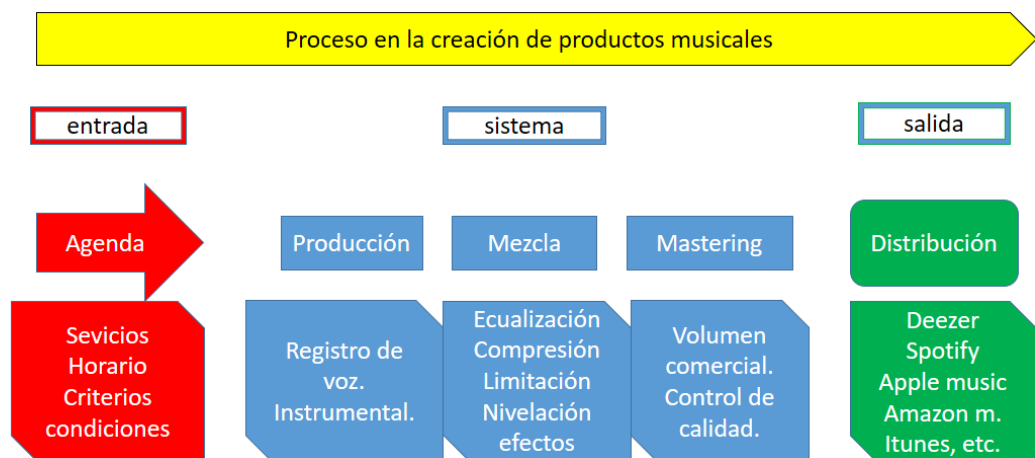
La mezcla lo realiza el ingeniero de mezcla o un productor, donde tiene la mayor parte de responsabilidad, por eso es necesario preguntarle al músico como le gustaría que sonara la canción, para que el productor tome buenas decisiones respecto al tema musical, en este proceso no es necesario la presencia del cantante.

El último proceso es el mastering, donde se busca dar el último toque profesional, la prueba de calidad, se busca dar un volumen comercial dependiendo la plataforma a la cual se pretende distribuir la música, debe estar en un volumen adecuado para ser competitiva en la industria musical, la persona encargada para el proceso es el ingeniero de mastering, sin embargo, si la persona que va

a hacer el mastering hizo la mezcla debe dejar un lapso de 12 horas, para descansar la audición debido a que el proceso de mezcla opaca la sensibilidad del oído y dificulta diferenciar cada frecuencia de manera independiente.

Muchos estudios suelen terminar su proceso con un producto digital o físico, si el producto es digital se suele entregar en dos tipos de formatos, WAV y MP3. Sin embargo, si el cliente lo desea en todos los archivos musicales se le entrega en todos los formatos, ya que los programas de hoy en día permiten la exportación en todos los formatos al mismo tiempo.

1.2. Diagrama de flujo del proceso.



2. Estudios complementarios.

2.1. Descripción general de obras civiles.

El espacio para un estudio de grabación suele variar dependiendo la cantidad de cabinas de grabación, sin embargo, cada estudio de grabación requiere de un espacio angosto para su funcionamiento, lo cual genera una reducción de costos enorme al momento de buscar un terreno o espacio para adecuar. Es por ese motivo que existen muchos Homestudios o estudios caseros. ubicados en pequeñas habitaciones insonorizadas brindando una calidad similar a la de un estudio profesional.

Adecuar un estudio de grabación suele ser muy económico en comparación a las adecuaciones de cualquier otra empresa, y sus materiales requeridos son asequibles y con un rango de precios muy variado.

2.2. Diseño de obras civiles.



Fuente: autores

2.3. Dimensiones y características del área del proyecto, terreno playa, agua.

El terreno debe estar ubicado en una zona urbana, sin embargo, debe estar alejado de sitios ruidosos, puede ser una casa o un lote común y corriente que se puede hacer adecuaciones de aislamiento del sonido, el área ideal para un estudio de grabación musical está entre 50 a 120 metros cuadrados incluyendo la recepción sala de espera, sala de control y las cabinas.

D. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

1. macro localización.



Fuente: Google maps

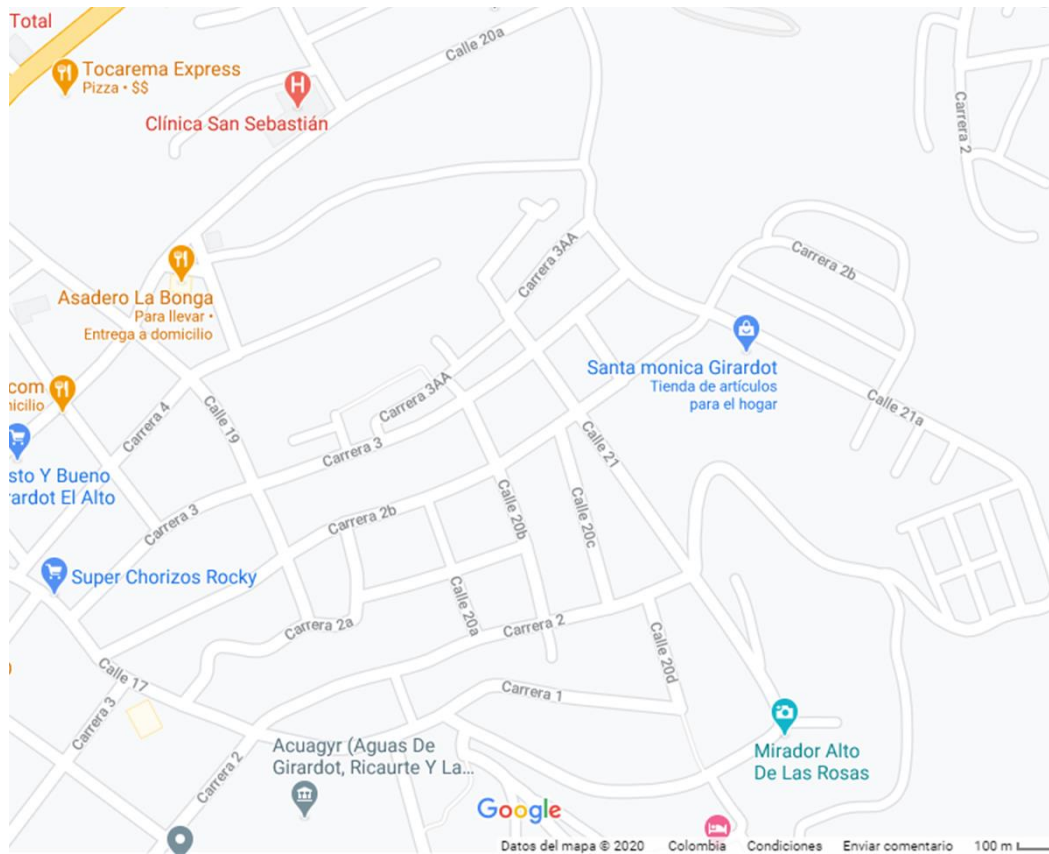
La localización es primordial para una buena calidad en la grabación, es por ese motivo que un estudio de grabación musical debe tener una correcta ubicación para evitar que la contaminación auditiva altere el registro de audio (voz o instrumento).

Es fundamental elegir zonas libres de constantes ruidos, lejos del centro, de discotecas, tomaderos, vías principales, lugares comerciales o cualquier otro sitio que presente contaminación auditiva, según el mapa de Girardot, el municipio cuenta con tres vías principales las cuales hay que tener en cuenta para no ubicar el estudio cerca a esos sectores, carrera 7, carrera 24, avenida Kennedy y calle 10, también lejos del centro y de la carrilera, porque son sitios comerciales con un alto ruido.

2. Micro localización

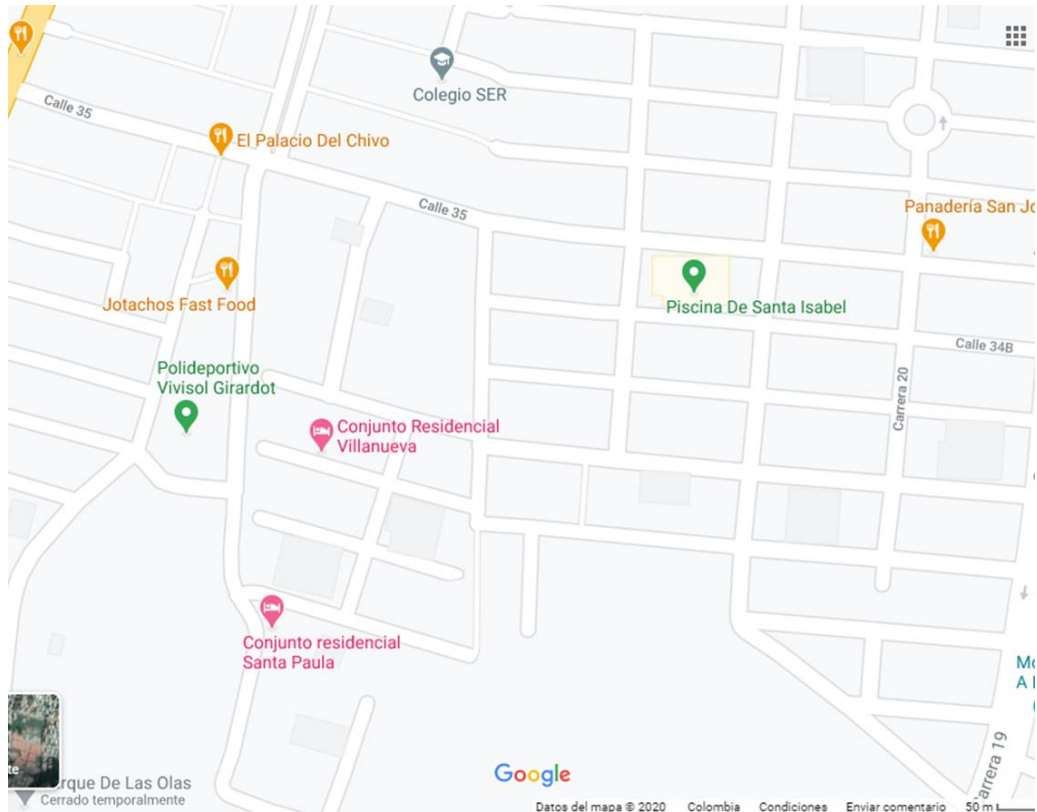
Hay dos sectores indicados para la ubicación del estudio musical, los barrios son:

- El Alto



Fuente: Google maps

- Santa Isabel



Fuente: Google maps

Estos sectores cuentan con una excelente ubicación estratégica, están apartados de las zonas comerciales y la contaminación auditiva, sin embargo, son zonas de fácil acceso, facilitando la llegada del artista en cualquier medio de transporte y son sitios que cuentan con una ubicación de referencia. Por ejemplo, en el Alto puede ser ubicado de manera inmediata por el Hotel Tocarema o el Restaurante la Bonga. En Santa Isabel puede ser ubicado por la Universidad de Cundinamarca.

E. DISTRIBUCIÓN DE COSTOS.

1. costos de inversión.

COSTOS DE INVERSIÓN				
INVERSIÓN ACTIVOS TANGIBLES				
INVERSIÓN	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL	MARCA
Consola	\$ 1.489.548	1	\$ 1.489.548	Mixer Behringer Xenyx X2222 Usb
Monitores	\$ 885.000	2	\$ 1.770.000	Krk 5 G3 Rokit5 Cl5 G3
Ordenador	\$ 3.570.000	2	\$ 7.140.000	Asus Gamer Ryzen 7
Microfonos	\$ 875.000	2	\$ 1.750.000	Akg P420
Antipops	\$ 90.000	2	\$ 180.000	Pop Filter Pro -06
Audifonos	\$ 674.000	2	\$ 1.348.000	Audio-technica Ath-m50x
Cables XLR	\$ 33.000	6	\$ 198.000	RXE
Televisor	\$ 1.139.000	1	\$ 1.139.000	LG 43lm6300 Led Fhd
Teclado MIDI	\$ 585.000	1	\$ 585.000	Controlador Alesis V49 49
Maquinaria y equipo		19	\$ 15.599.548	
Sillas ejecutivas	\$ 435.000	2	\$ 870.000	Infinito Sky
Escritorio	\$ 2.500.000	1	\$ 2.500.000	Agt Studio Desk
Mueble	\$ 870.000	1	\$ 870.000	Baúl Multifuncional
Cinta Led Multicolor	\$ 20.000	6	\$ 120.000	Rgb Luz 5050 5mts IP65 12v
Espuma Acustica	\$ 17.500	40	\$ 700.000	d.c 2019
Muebles y enseres		50	\$ 5.060.000	
TOTAL ACTIVOS TANGIBLES		69	\$ 20.659.548	

INVERSIÓN ACTIVOS INTANGIBLES				
INVERSIÓN	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL	MARCA
Estudio acústico	\$ 1.500.000	1	\$ 1.500.000	L.E.Q. Ingeniería Acústica
Asistencia técnica	\$ 45.000	1	\$ 45.000	
Montaje eléctrico	\$ 200.000	1	\$ 200.000	
Montaje acústico	\$ 350.000	1	\$ 350.000	
Fl Studio	\$ 600.000	1	\$ 600.000	Fl Studio 20
Reaper	\$ 500.000	1	\$ 500.000	Reaper
Waves	\$ 1.000.000	1	\$ 1.000.000	Plugins empresa Waves
Softwares	\$ 2.100.000	3	\$ 2.100.000	
Redes sociales	\$ 500.000	1	\$ 500.000	
Pasa calles y pendones	\$ 3.000.000	1	\$ 3.000.000	
Radio	\$ 600.000	1	\$ 600.000	
Publicidad	\$ 4.100.000		\$ 4.100.000	
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES		7	\$ 8.295.000	

INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO			
INVERSIÓN	PRECIO	MESES	TOTAL
Gerente	\$ 2.200.000	3	\$ 6.600.000
Contador	\$ 1.800.000	3	\$ 5.400.000
Director comercial	\$ 1.602.853	3	\$ 4.808.559
Productor musical	\$ 1.302.853	3	\$ 3.908.559
Ingeniero de sonido	\$ 1.302.853	3	\$ 3.908.559
Técnico de mantenimiento	\$ 1.002.853	3	\$ 3.008.559
Salario personal a 3 meses	\$ 9.211.412		\$ 27.634.236
Gerente	\$ 1.140.735	3	\$ 3.422.206
Contador	\$ 933.329	3	\$ 2.799.986
Director comercial	\$ 795.937	3	\$ 2.387.812
Productor musical	\$ 640.383	3	\$ 1.921.148
Ingeniero de sonido	\$ 640.383	3	\$ 1.921.148
Técnico de mantenimiento	\$ 484.828	3	\$ 1.454.483
Aportes y prestaciones soc.	\$ 4.635.595		\$ 13.906.784
Arriendo	\$ 800.000	3	\$ 2.400.000
Energía	\$ 514.225	3	\$ 1.542.674
Agua	\$ 80.000	3	\$ 240.000
Internet	\$ 120.000	3	\$ 360.000
Servicios	\$ 714.225	3	\$ 2.142.674
Efectivo	\$ 200.000	3	\$ 600.000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 46.683.693
IMPREVISTOS			
IMPREVISTOS 10%	10%		\$ 7.563.824
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO			\$ 83.202.065

Fuente: autores

2. costos de operación.

COSTO ESPECÍFICO DEL CONSUMO DE ENERGIA			
APARATO	CANTIDAD	WATTS	TOTAL WATTS
Consola	1	250	250
Monitores	2	50	100
Ordenador	2	376	752
Microfonos	2	40	80
Televisor	1	180	180
Teclado MIDI	1	14	14
Luz	10	60	600
Aire	2	1013	2026
		watts	4.002
		kilovatios	4,00
	(\$/kWh)	kilovatios	consumo hora
	535,3829	4,00	2.142,60
		día	17.140,82
ESTRATO 4		mes	514.224,57
SERVICIO DE ENERGIA	60%	FIJO	\$ 308.535
2142,60	40%	VARIABLE	\$ 205.690

SECTOR RESIDENCIAL NIVEL DE TENSIÓN 1				
ESTRATO (E)	RANGO DE CONSUMO (kWh-mes)	PROPIEDAD DE CODENSA (\$/kWh)	PROPIEDAD DEL CLIENTE (*) (\$/kWh)	PROPIEDAD COMPARTIDA (*) (\$/kWh)
E1	0-CS (+)	218,1954	202,9981	210,5966
	Más de CS	535,3829	496,7804	516,0817
E2	0-CS (+)	272,7442	253,7478	263,2458
	Más de CS	535,3829	496,7804	516,0817
E3	0-CS (+)	455,0755	422,2633	438,6694
	Más de CS	535,3829	496,7804	516,0817
E4	Todo consumo	535,3829	496,7804	516,0817
E5	Todo consumo	642,4595	596,1365	619,2980
E6	Todo consumo	642,4595	596,1365	619,2980

Fuente: comisión de regulación de energía y gas

COSTOS FIJOS Y VARIABLES					
CONCEPTO	SERVICIOS		PRODUCCIÓN	GRABACIÓN	PISTA
	COSTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO VARIABLE	COSTO VARIABLE
Gerente	\$ 2.200.000	\$ 2.200.000			
Contador	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000			
Director comercial	\$ 1.602.853	\$ 1.602.853			
Productor musical	\$ 1.302.853		\$ 43.428	\$ 5.429	\$ 21.714
Ingeniero de sonido	\$ 1.302.853		\$ 10.857	\$ 5.429	\$ 10.857
Técnico de mantenimiento	\$ 1.002.853		\$ 12.536	\$ 4.179	\$ 4.179
Arriendo	\$ 800.000	\$ 800.000			
Energía	\$ 514.225	\$ 308.535	\$ 6.856	\$ 857	\$ 5.142
Agua	\$ 80.000	\$ 80.000			
Internet	\$ 120.000	\$ 120.000			
Aportes y prestaciones	\$ 4.635.595	\$ 4.635.595			
		\$ 11.546.982	\$ 73.678	\$ 15.893	\$ 41.892
SERVICIO DE ENERGIA	60% FIJO	\$ 308.535			
\$ 2.143	40% VARIABLE	\$ 205.690			

12. DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO

DOFA

F. EXTERNOS	F. INTERNOS	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> - 70% de equipos y herramientas de trabajo son virtuales. - Requiere poca inversión inicial. - No genera tantos gastos. - El espacio requerido para el estudio es pequeño. - Fácil alianza con estudios de grabación de otras ciudades o países por comunicación virtual. 	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> - Falta de personal para trabajar en un área específica. - Requiere gran inversión en publicidad para atraer clientes. - El estudio de grabación debe estar ubicado en zonas alejadas del comercio y de las vías principales.
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> - Baja competencia directa en la región del alto magdalena o sitios cercanos. - Aprovechamiento de gran parte de un mercado que aún no se ha explotado. - Equipos tecnológicos fáciles de conseguir. 		ESTRATEGIAS FO <p>Al no haber competencia directa permite fijar un precio basado en los costos y margen de utilidad del estudio teniendo en cuenta la economía de la región y no tanto de la competencia. La poca inversión ayuda a mantener más provisiones mientras se acredita la empresa.</p>	ESTRATEGIAS DO <p>El estudio al no poder contar con suficiente personal permite trabajar a la mano de tecnología para facilitar el proceso por medio de programas virtuales que reducen el tiempo de producción. La gran inversión en la publicidad se puede aprovechar con la poca competencia en el sector, teniendo un mayor reconocimiento.</p>
AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> - Situación económica desfavorable a raíz del COVID19. - Falta de apoyo en la cultura por parte del Gobierno. - Pocas escuelas de música que forjen profesionalmente cantantes en la región. 		ESTRATEGIAS FA <p>Para atacar la situación económica se puede crear promociones a cambio de publicidad y recomendaciones, lo cual aumentara la cantidad de persona referidas y un mayor ingreso con cantidad. Se pueden crear convenio mutuo entre las pequeñas escuelas de música con el estudio de grabación.</p>	ESTRATEGIAS DA <p>Se pueden reducir las amenazas y debilidades a través de las provisiones y otros ingresos, como lo es la publicidad musical para empresas de la región lo cual permite ampliar el mercado, no solo particular sino empresarial.</p>

13. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

MISIÓN

Generar música profesionalmente competitiva, brindando oportunidades y reconocimientos a cada artista de la provincia del Alto Magdalena y lugares aledaños.

VISIÓN

Ser un estudio de grabación musical profesional altamente calificado y reconocido en la región andina por su calidad y excelencia.

VALORES

- **Confianza:** Nuestro equipo de trabajo brindará la seguridad y apoyo necesario para que el artista crea en su talento y sea el mejor.
- **Perseverancia:** Sabemos que crecer profesionalmente implica bastantes riesgos, así que solo con disciplina y constancia se podrían conseguir los mejores resultados.
- **Compromiso:** Cava Records está altamente enfocado en el crecimiento y reconocimiento de los artistas ofreciendo siempre los mejores servicios con calidad.

POLITICAS

- Los precios de los servicios cada año aumentan un 15% debido a que anualmente se incrementan un 10% los costos.
- Principalmente promover artistas colombianos del alto magdalena al cual se ha realizado el estudio de mercado.
- Solo se trabajará con personal colombiano.
- Como mínimo 3 veces al año será capacitado el personal, para brindar una experiencia positiva en el cliente, además de capacitaciones al personal nuevo.
- La empresa está 100% enfocada en generar experiencias positivas y memorables en los clientes para que estos a su vez recomienden todos los servicios ofertados.
- Cava Records se caracterizará por colores azul, blanco, gris y negro.

- Se trabaja con cualquier tipo de género musical.

OBJETIVO ESTRATEGICO

Principalmente Cava records busca contar con talento humano conocedor y experto en el tema musical y de crecimiento artística para influir en cada uno de los clientes que llegue al estudio de grabación, con el fin de tener resultados satisfactorios en las utilidades acumuladas, generar excelentes ingresos y recuperar con prontitud cada inversión realizada, para realizar mejoras constantes, no solo en los servicios, sino también en la infraestructura, sin necesidad de solicitar créditos bancarios, generar confiabilidad a los accionistas que inviertan en la empresa.

Contar con equipos altamente calificados, a la vanguardia de software de producción para que cada servicio sea grabado y producido de la mejor forma para entregar un excelente producto final a las plataformas digitales musicales, generando fidelización a los clientes y experiencias 100% agradables, positivas, que conviertan a los clientes en artistas reconocidos a nivel local y nacional.

LOGO



ESLOGAN

“Nunca pares de sonar”

COLORES

Negro y azul

14. ESTUDIO FINANCIERO

14.1. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

14.1.1. INVERSIÓN EN ACTIVOS TANGIBLES

1- INVERSION EN ACTIVOS TANGIBLES	PESOS
Maquinaria y equipo	\$ 15.599.548
Muebles y enseres	\$ 5.060.000
TOTAL ACTIVOS TANGIBLES	\$ 20.659.548

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

La inversión de los activos tangibles no es tan significativa a comparación con los otros rubros de inversión, sin embargo, el estudio de grabación musical no requiere de gran presupuesto de inversión de activos tangibles, porque es una empresa de servicios y no de producción. (ver costos detallados en el estudio técnico).

14.1.2. INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES

2- INVERSION EN ACTIVOS INTANGIBLES	PESOS
Estudio acústico	\$ 1.500.000
Asistencia técnica	\$ 45.000
Montaje eléctrico	\$ 200.000
Montaje acústico	\$ 350.000
Softwares	\$ 2.100.000
Publicidad	\$ 4.100.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 8.295.000

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

Esta inversión es importante para el correcto funcionamiento del lugar de trabajo, es necesaria la inversión en los servicios de montaje de personas expertas que garanticen una calidad de estudio profesional con todos los parámetros establecidos. (ver costos detallados en el estudio técnico).

14.1.3. CAPITAL DE TRABAJO

3- CAPITAL DE TRABAJO	PESOS
Sueldos de personal	\$ 27.634.236
Aportes y prestaciones sociales	\$ 13.906.784
Arriendo	\$ 2.400.000
Servicios	\$ 2.142.674
Efectivo	\$ 600.000
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	\$ 46.683.693

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

El capital de trabajo es mayor porque requiere de suficiente personal para su funcionamiento, un productor musical requiere la intervención de un ingeniero de sonido y un técnico de mantenimiento para desarrollar su actividad, la energía es fundamental no solo para la parte administrativa sino para la prestación de servicio. (ver costos detallados en el estudio técnico y en el marco legal).

14.1.4. IMPREVISTOS

4- IMPREVISTOS	MILES DE PESOS
Imprevistos	\$ 7.563.824

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

Los imprevistos están compuestos por el diez por ciento (10%) de la inversión inicial (activos tangibles, activos intangible y capital de trabajo). Es una cifra

alta principalmente para subsanar cualquier inconveniente, principalmente técnico.

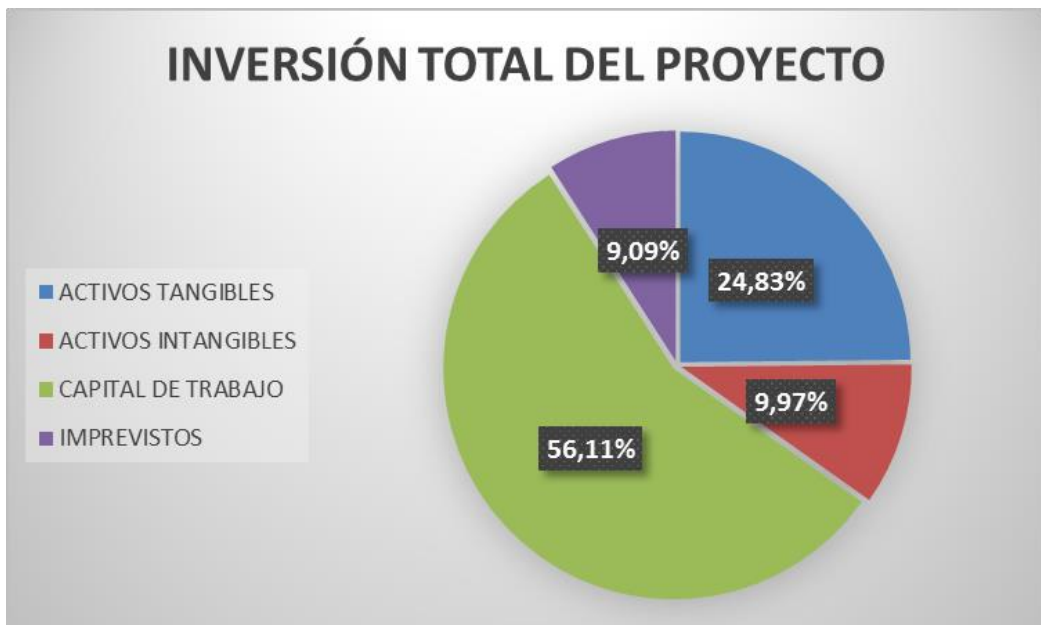
14.1.5. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

INVERSION TOTAL DEL PROYECTO	\$ 83.202.065
------------------------------	---------------

RESUMEN INVERSION TOTAL DEL PROYECTO		
CONCEPTO	PESOS	PORCENTAJE
ACTIVOS TANGIBLES	\$ 20.659.548	24,83%
ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 8.295.000	9,97%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 46.683.693	56,11%
IMPREVISTOS	\$ 7.563.824	9,09%
TOTAL	\$ 83.202.065	100%

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

El motivo de la mínima inversión inicial del proyecto es debido a la virtualización de muchos de los equipos o herramientas de trabajo lo cual reduce el costo de inversión de cada herramienta virtual o como técnicamente les llaman, “Plugins”



Fuente: autores

La mayor concentración de los costos se emplea en el capital de trabajo principalmente en los sueldos del personal incluyendo todo lo de ley, esto se debe a que es una empresa de servicios, y toda empresa de servicios sea, colegio, hospital, entre otras todos sus costos radican en la cantidad de personal que se requiere para prestar el servicio.

14.2. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIONES

14.2.1. DEPRECIACION Y VALOR RESIDUAL

DENOMINACION	VALOR ACTIVO	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL 10%
Maquinaria y equipo	\$ 15.599.548	5	\$ 2.807.919	\$ 1.559.955
Muebles y enseres	\$ 5.060.000	5	\$ 910.800	\$ 506.000
TOTAL	\$ 20.659.548		\$ 3.718.719	\$ 506.000

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

14.2.2. AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES

AMORTIZACION DE INTANGIBLES			
DENOMINACIÓN	VALOR	AÑOS	AMORTIZACION ANUAL
Estudio acústico	\$ 1.500.000	5	\$ 300.000
Asistencia técnica	\$ 45.000	5	\$ 9.000
Montaje eléctrico	\$ 4.000.000	5	\$ 800.000
Montaje acústico	\$ 350.000	5	\$ 70.000
Softwares	\$ 500.000	5	\$ 100.000
Publicidad	\$ 4.100.000	5	\$ 820.000

AMORTIZACION ANUAL.	\$ 10.495.000		\$ 2.099.000
----------------------------	----------------------	--	---------------------

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

14.3. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

PROYECTO " ESTUDIO DE GRABACIÓN "						
INFORMACION GENERAL						
SERVICIO DE PRODUCCIÓN MUSICAL						
DESCRIPCION DE PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DE SERVICIOS DE "PRODUCCION MUSICAL"	192					
PLAN DE SERVICIO		65%	70%	70%	80%	90%
VENTA DEL SERVICIO DE "PRODUCCIÓN MUSICAL"		125	134	134	154	173
PRECIO DE VENTA POR SERVICIO DE "PRODUCCIÓN MUSICAL"		\$ 700.000	\$ 805.000	\$ 925.750	\$ 1.064.613	\$ 1.224.304
COSTO POR SERVICIO DE "PRODUCCIÓN MUSICAL"		\$ 73.678	\$ 81.045	\$ 89.150	\$ 98.065	\$ 107.871
DESCRIPCION DE PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DE SERVICIOS DE "GRABACIÓN MUSICAL"	960					
PLAN DE SERVICIO		80%	85%	90%	100%	100%
VENTA DEL SERVICIO DE "GRABACIÓN MUSICAL"		768	816	864	960	960
PRECIO DE VENTA POR SERVICIO DE "GRABACIÓN MUSICAL"		\$ 70.000	\$ 80.500	\$ 92.575	\$ 106.461	\$ 122.430
COSTO POR SERVICIO DE "GRABACIÓN MUSICAL"		\$ 15.893	\$ 17.482	\$ 19.230	\$ 21.153	\$ 23.269
DESCRIPCION DE PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DE SERVICIOS DE "CREACIÓN DE PISTAS"	480					
PLAN DE SERVICIO		60%	70%	70%	80%	90%
VENTA DEL SERVICIO DE "CREACIÓN DE PISTAS"		288	336	336	384	432
PRECIO DE VENTA POR SERVICIO DE "CREACIÓN DE PISTAS"		\$ 150.000	\$ 172.500	\$ 198.375	\$ 228.131	\$ 262.351
COSTO POR SERVICIO DE "CREACIÓN DE PISTAS"		\$ 41.892	\$ 46.081	\$ 50.689	\$ 55.758	\$ 61.334

INVERSION INICIAL	\$ 83.202.065					
INGRESOS		1	2	3	4	5
INGRESOS POR SERVICIO DE PRODUCCIÓN MUSICAL	\$ 87.360.000	\$ 108.192.000	\$ 124.420.800	\$ 163.524.480	\$ 211.559.796	
INGRESOS POR SERVICIO DE GRABACIÓN MUSICAL	\$ 53.760.000	\$ 65.688.000	\$ 79.984.800	\$ 102.202.800	\$ 117.533.220	
INGRESOS POR VENTAS DE PISTAS	\$ 43.200.000	\$ 57.960.000	\$ 66.654.000	\$ 87.602.400	\$ 113.335.605	
TOTAL INGRESOS	\$ 184.320.000	\$ 231.840.000	\$ 271.059.600	\$ 353.329.680	\$ 442.428.621	
EGRESOS						
COSTOS POR SERVICIOS	\$ 33.465.484	\$ 40.641.106	\$ 45.628.265	\$ 56.781.046	\$ 67.474.323	
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 103.922.840	\$ 152.420.166	\$ 167.662.182	\$ 184.428.401	\$ 202.871.241	
GASTOS DE VENTAS (3%)Ventas	\$ 5.529.600	\$ 6.955.200	\$ 8.131.788	\$ 10.599.890	\$ 13.272.859	
DEPRECIACION	\$ 3.718.719	\$ 3.718.719	\$ 3.718.719	\$ 3.718.719	\$ 3.718.719	
AMORTIZACION	\$ 2.099.000	\$ 2.099.000	\$ 2.099.000	\$ 2.099.000	\$ 2.099.000	
TOTAL EGRESOS	\$ 148.735.643,09	\$ 205.834.190,64	\$ 227.239.954,06	\$ 257.627.055,41	\$ 289.436.141,22	
UAI-UTILIDAD OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 83.202.065,37	\$ 35.584.356,91	\$ 26.005.809,36	\$ 43.819.645,94	\$ 95.702.624,59	\$ 152.992.479,78
Impuestos (30%)		\$ 10.675.307	\$ 7.801.743	\$ 13.145.894	\$ 28.710.787	\$ 45.897.744
UTILIDAD NETA		\$ 24.909.050	\$ 18.204.067	\$ 30.673.752	\$ 66.991.837	\$ 107.094.736
UTILIDAD EBITDA		\$ 41.402.076	\$ 31.823.528	\$ 49.637.365	\$ 101.520.343	\$ 158.810.198
FLUJO NETO DE CAJA OPERATIVO		\$ 41.402.075,55	\$ 31.823.528,00	\$ 49.637.364,58	\$ 101.520.343,23	\$ 158.810.198,42
EBIT (Earnings before interest and taxes)		\$ 35.584.356,91	\$ 26.005.809,36	\$ 43.819.645,94	\$ 95.702.624,59	\$ 152.992.479,78
EBITDA (Earnings before interest, taxes, depreciation,		\$ 41.402.075,55	\$ 31.823.528,00	\$ 49.637.364,58	\$ 101.520.343,23	\$ 158.810.198,42
NOPAT (Net operation Profit after Taxes)		\$ 46.259.663,98	\$ 33.807.552,16	\$ 56.965.539,72	\$ 124.413.411,97	\$ 198.890.223,71
GOPAT (Gross operation after taxes)		\$ 49.978.382,62	\$ 37.526.270,80	\$ 60.684.258,36	\$ 128.132.130,61	\$ 202.608.942,35

INVERSION INICIAL	\$ 83.202.065,37		
TASA DE INTERES	20,28%		
Numero de periodos	5		
VPN	\$96.036.597,90	VPI	\$ 813.819.417,98
TIR	52,4%	VPE	\$ 717.782.820,08
RELACION B/C	1,13	VPN	\$ 96.036.597,90
PR(PERODO DE RECUPERACION)	1,17		
CAUE	\$ 32.310.752,06		
TPR	8,6%		
TMAR	18%		

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

14.4. FLUJO DE CAJA FINANCIERO

INVERSION INICIAL	\$ 83.202.065					
INGRESOS		1	2	3	4	5
INGRESOS POR SERVICIO DE PRODUCCIÓN MUSICAL	\$ 87.360.000	\$ 87.360.000	\$ 108.192.000	\$ 124.420.800	\$ 163.524.480	\$ 211.559.796
INGRESOS POR SERVICIO DE GRABACIÓN MUSICAL	\$ 53.760.000	\$ 53.760.000	\$ 65.688.000	\$ 79.984.800	\$ 102.202.800	\$ 117.533.220
INGRESOS POR VENTAS DE PISTAS	\$ 43.200.000	\$ 43.200.000	\$ 57.960.000	\$ 66.654.000	\$ 87.602.400	\$ 113.335.605
VALOR DE RESCATE						\$ 506.000
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 46.683.693					
TOTAL INGRESOS	\$ 231.003.693	\$ 231.840.000	\$ 271.059.600	\$ 353.329.680	\$ 442.934.621	
EGRESOS						
COSTOS POR SERVICIOS	\$ 33.465.484	\$ 33.465.484	\$ 40.641.106	\$ 45.628.265	\$ 56.781.046	\$ 67.474.323
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 138.563.787	\$ 138.563.787	\$ 152.420.166	\$ 167.662.182	\$ 184.428.401	\$ 202.871.241
GASTOS DE VENTAS (3%) Ventas	\$ 5.529.600	\$ 5.529.600	\$ 6.955.200	\$ 8.131.788	\$ 10.599.890	\$ 13.272.859
AMORTIZACION DE DEUDA	\$ 11.399.018	\$ 11.399.018	\$ 13.710.739	\$ 16.491.276	\$ -	\$ -
INTERESES	\$ 6.801.336	\$ 6.801.336	\$ 4.489.615	\$ 1.709.078	\$ -	\$ -
DEPRECIACION	\$ 3.718.719	\$ 3.718.719	\$ 3.718.719	\$ 3.718.719	\$ 3.718.719	\$ 3.718.719
AMORTIZACION	\$ 2.099.000	\$ 2.099.000	\$ 2.099.000	\$ 2.099.000	\$ 2.099.000	\$ 2.099.000
TOTAL EGRESOS	\$ 201.576.944	\$ 224.034.545	\$ 245.440.308	\$ 257.627.055	\$ 289.436.141	
UAI-UTILIDAD OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 83.202.065	\$ 29.426.749	\$ 7.805.455	\$ 25.619.292	\$ 95.702.625	\$ 153.498.480
Impuestos (30%)		\$ 8.828.025	\$ 2.341.637	\$ 7.685.788	\$ 28.710.787	\$ 46.049.544
UTILIDAD NETA		\$ 20.598.724,55	\$ 5.463.818,72	\$ 17.933.504,33	\$ 66.991.837,21	\$ 107.448.935,85
FLUJO NETO DE CAJA DEL INVERSIONISTA		\$ 42.045.804,26	\$ 18.112.789,43	\$ 33.146.088,23	\$ 101.520.343,23	\$ 159.316.198,42
EBIT (Earnings before interest and taxes)		\$ 36.228.085,62	\$ 12.295.070,79	\$ 27.328.369,59	\$ 95.702.624,59	\$ 153.498.479,78
EBITDA (Earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization)		\$ 42.045.804,26	\$ 18.112.789,43	\$ 33.146.088,23	\$ 101.520.343,23	\$ 159.316.198,42
NOPAT (Net operation Profit after Taxes)		\$ 27.400.060,82	\$ 9.953.434,19	\$ 19.642.582,02	\$ 66.991.837,21	\$ 107.448.935,85
GOPAT (Gross operation after taxes)		\$ 31.118.779,46	\$ 13.672.152,83	\$ 23.361.300,66	\$ 70.710.555,85	\$ 111.167.654,49

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

INVERSION INICIAL	\$ 83.202.065,37	FINANCIACION				
TASA DE INTERES	19,00%	APORTES SOCIOS	CREDITO	INTERESES	N	PERIODO DE GRACIAS
Numero de periodos	5	50%	50%	20,28%	12 TRIMESTRES	4 TRIMESTRES
		\$ 41.601.032,68	\$ 41.601.032,68			
VPN	\$74.288.476,04	VPI	\$ 880.495.000,11			
TIR	42,2%	VPE	\$ 806.206.524,07			
RELACION B/C	1,09	COSTO DE CAPITAL - WACC				
PR	1,33	FUENTE	MONTO	INTERES	PARTICIPACION	WACC
CAUE	\$ 24.296.058,46	INVERSIONISTA	\$ 41.601.032,68	19,00%	50%	9,50%
TPR	7,1%	CREDITO BANCARIO	\$ 41.601.032,68	20,28%	50%	10,14%
TMAR	18%				TOTAL	19,64%
WACC	19,6%					

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

14.5. AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

DATOS DEL CREDITO	
INSTITUCION FINANCIERA	BANCO POPULAR
MONTO	\$ 41.601.032,68
TASA DE INTERES ANUAL (TEA)	20,28%
TASA DE INTERES POR PERIODO	1,55%
PERIODOS	36
CUOTA (12 TRIMESTRES)	\$ 1.386.601
PERIODO DE GRACIA	0
TOTALPERIODOS	36

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

TABLA DE AMORTIZACION				
PERIODO (MENSUAL)	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION A CAPITAL	SALDO
0				41.601.033
1	1.516.696	645.094	871.602	40.729.430
2	1.516.696	631.578	885.118	39.844.313
3	1.516.696	617.853	898.843	38.945.469
4	1.516.696	603.915	912.781	38.032.688
5	1.516.696	589.761	926.935	37.105.753
6	1.516.696	575.387	941.309	36.164.444
7	1.516.696	560.790	955.906	35.208.538
8	1.516.696	545.968	970.729	34.237.809
9	1.516.696	530.915	985.781	33.252.028
10	1.516.696	515.629	1.001.068	32.250.960
11	1.516.696	500.105	1.016.591	31.234.370
12	1.516.696	484.341	1.032.355	30.202.015
13	1.516.696	468.333	1.048.363	29.153.652
14	1.516.696	452.076	1.064.620	28.089.032
15	1.516.696	435.568	1.081.129	27.007.903
16	1.516.696	418.803	1.097.893	25.910.010
17	1.516.696	401.778	1.114.918	24.795.092
18	1.516.696	384.490	1.132.207	23.662.886
19	1.516.696	366.933	1.149.763	22.513.122
20	1.516.696	349.104	1.167.592	21.345.530
21	1.516.696	330.998	1.185.698	20.159.832
22	1.516.696	312.612	1.204.084	18.955.748
23	1.516.696	293.941	1.222.755	17.732.993
24	1.516.696	274.980	1.241.716	16.491.276
25	1.516.696	255.725	1.260.971	15.230.305
26	1.516.696	236.171	1.280.525	13.949.780
27	1.516.696	216.315	1.300.381	12.649.399
28	1.516.696	196.150	1.320.546	11.328.853
29	1.516.696	175.673	1.341.023	9.987.830
30	1.516.696	154.878	1.361.818	8.626.012
31	1.516.696	133.761	1.382.935	7.243.076
32	1.516.696	112.316	1.404.380	5.838.696
33	1.516.696	90.539	1.426.157	4.412.539
34	1.516.696	68.424	1.448.272	2.964.267
35	1.516.696	45.966	1.470.730	1.493.536
36	1.516.696	23.160	1.493.536	0
	54.601.062	13.000.029	41.601.033	

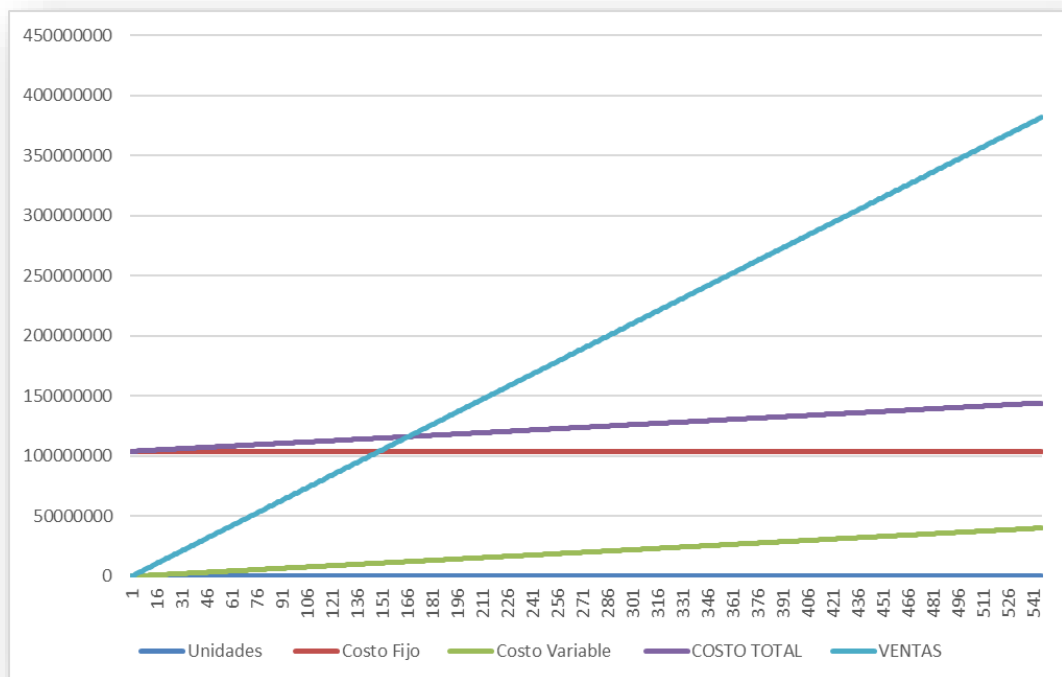
DETERMINACIÓN DE LAS CUOTAS			
AÑO	CUOTA ANUAL	INTERESES	AMORTIZACION DEUDA
	INVERSION INICIAL		
1	\$ 18.200.354	\$ 6.801.336	\$ 11.399.018
2	\$ 18.200.354	\$ 4.489.615	\$ 13.710.739
3	\$ 18.200.354	\$ 1.709.078	\$ 16.491.276
	\$ 54.601.062	\$ 13.000.029	\$ 41.601.033

Fuente: Arturo Serrano Mendoza

14.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTO FIJO	\$ 103.922.840	
PRECIO DE VENTA UNITARIO	\$ 700.000	
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 73.678	
PUNTO DE EQUILIBRIO= COSTO FIJO/ PV-CV	166	UNIDADES
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 12.224.978	
VENTAS	\$ 116.147.818	

Fuente: Arturo Serrano Mendoza



Fuente: Arturo Serrano Mendoza

El punto de equilibrio fue desarrollado teniendo en cuenta solamente el servicio principal del estudio de grabación para determinar cuánto debemos vender de ese servicio para cubrir los costos totales, según el resultado debemos vender 166 servicios de producción musical para cubrir los costos totales según lo proyectado en el año uno.

CONCLUSIÓN

El estudio de mercado determina que aun que es un mercado que aún no se ha desarrollado en Girardot, cuenta con buena aceptación, según encuestas y segmentación del mercado de los municipios del alto magdalena y alrededores reflejando un mercado objetivo de 8.190 que relacionado con el punto de equilibrio es congruente.

El estudio técnico se realizó de manera detallada teniendo en cuenta cada uno de los requerimientos de la empresa, se tuvo en cuenta el precio real para la adquisición de los equipos incluyendo la marca o empresa que lo suministra, se detalló con detenimiento el servicio de energía debido a que este servicio influye directamente en la prestación de servicio y fue un motivo esencial estudiarlo a fondo.

Teniendo en cuenta los estudios realizados, se plantean unas estrategias de mercado y objetivos estratégicos acorde a estos resultados para poder constituir y llevar a cabo la idea de negocio del estudio de grabación y empezar, sin tener el riesgo de pérdida.

Según el resultado obtenido del estudio de factibilidad para la creación de un estudio de grabación en la ciudad de Girardot y municipios alrededores se ha determinado, que la empresa cuenta con una aceptación en el estudio financiero, teniendo un periodo de recuperación bastante rápido y todos los demás indicadores como TIR, PR, B/C, CAUE, TPR, TMAR, WACC, contienen un resultado positivo que para los inversionistas o entidades financieras sería un proyecto aceptable para la inversión.

BIBLIOGRAFÍA

- 20 Minutos. (25 de 04 de 2017). *20minutos.es*. Obtenido de <https://www.20minutos.es/noticia/3020791/0/industria-musical-crecimiento-1997/>
- (07 de 03 de 2020). Obtenido de <http://girardot-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>
- Canal 13. (21 de 11 de 2018). *www.canal13.com.co*. Obtenido de <https://canaltrece.com.co/noticias/industria-musical-colombiana-cifras/>
- Carlos Vives . (2016). *www.carlosvives.com*. Obtenido de <https://www.carlosvives.com/biografia/>
- Chain, N. S. (2011). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. Chile: Pearson.
- Colombia. (13 de 10 de 2016). *www.colombia.com*. Obtenido de <https://www.colombia.com/especiales/juanes/biografia.asp>
- DANE. (05 de 03 de 2020). *dane.gov.co*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>
- Dinero. (9 de 11 de 2019). *Música y negocios en solo lugar*. Obtenido de www.dinero.com: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/como-va-la-industria-de-la-musica-en-colombia/276586>
- El Espectador. (29 de 11 de 2007). *www.elespectador.com*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/impreso/arteygente/gente/articuloimpreso-kike-santander-escribe-su-historia>
- El Espectador. (24 de 04 de 2018). *www.elespectador.com*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/economia/la-industria-musical-registra-un-crecimiento-record-de-ventas-en-2017/>
- EL espectador. (4 de Mayo de 2020). Obtenido de La industria musical creció un 8% en 2019: tuvo ingresos por 20.200 millones de dólares: <https://www.elespectador.com/entretenimiento/musica/industria-musical-ingreso-20200-millones-de-dolares-en-2019-un-82-mas-articulo-917923/>
- Escalante, M. I. (5 de enero de 2020). *INFOSHOW*. Obtenido de Tones and I, la joven artista callejera detrás de la canción más escuchada del mundo: <https://www.infobae.com/teleshows/infoshow/2020/01/05/tones-and-i-la-joven-artista-callejera-detras-de-la-cancion-mas-escuchada-del-mundo/>
- Esteban, M. (31 de Mayo de 2017). *Historia y evolución de los estudios de grabación*. Obtenido de <https://prezi.com/bboybrktsxsy/historia-y-evolucion-de-los-estudios-de-grabacion/>
- Girardot, E. d. (22 de agosto de 2016). *El talento Girardoteño va en aumento* . Obtenido de <https://girardot.extra.com.co/noticias/local/el-talento-girardoteno-va-en-aumento-231391>

- Girardot, E. d. (06 de Febrero de 2017). *A recordar talento Girardoteño, un idolo de la musica* , págs. <https://girardot.extra.com.co/noticias/vida-moderna/cultura/recordar-talento-girardoteno-idolo-de-la-musica-273534>.
- ISOTools . (10 de Julio de 2015). *Plataforma tecnologica para la gestion de la excelencia* . Obtenido de ISO Tools: <https://www.isotools.org/2015/07/10/que-certificaciones-puedes-conseguir-en-la-serie-iso-9000/>
- Jaime Romero, A. G. (29 de Junio de 2018). *itfip.edu.co*. Obtenido de <http://itfip.edu.co/revistainnova/images/headers/articulosv2/DIAGNOSTICO-DEL-SECTOR-PRODUCTIVO-QUE-CONTRIBUYA-AL-DESARROLLO.pdf>
- jesús, M. O. (2010). En *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe.
- La Vanguardia. (09 de 11 de 2018). *lavanguardia.com*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20181109/452803238763/grandes-productores-musicales-historia.html>
- Nassir, S. C. (2011). *Proyectos de inversion, formulación y evaluación de proyectos*. Chile: Pearson.
- OpenMind BBVA. (2013). <https://www.bbvaopenmind.com/>. Obtenido de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital/>
- Padilla, M. C. (2008). En *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe.
- Raul, C. R. (2005). En *Evaluación economica y social de proyectos de inversión* . Bogotá: Alfaomega.
- REVISTA DINERO. (24 de 04 de 2019). *¡Despegó la economía naranja!* Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/creacion-de-empresas-en-colombia-2019/270029>
- Rubio, P. A. (08 de septiembre de 2018). *La republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/ocio/la-industria-musical-en-la-capital-colombiana-mueve-mas-de-830000-millones-2768649>
- Sapag Chain, N. R. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. En N. R. Sapag Chain. México: Mc Graw Hill.
- Serrano, J. (1993). En *Matemáticas financiera y evaluación de proyectos*. Bogotá: Alfa y Omega.
- Solano, C. (2016). *Un recorrido por la historia de los éxitos y fracasos de la primera casa discográfica del país*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15015959>
- Torres, C. A. (2019). En *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá: Pearson .
- Vladimir, R. C. (2012). *Formulación y evaluación de proyectos*. En G. R. Bao. México: Limusa.

W, B. (1994). En H. PM, *Manual para la preparación de estudios de viabilidad industrial* .
Vietnam.

www.dane.gov.co. (2018). Obtenido de
file:///D:/Users/Usuario/Downloads/girardot_ficha_25307.pdf

www.dane.gov.co. (12 de 02 de 2020). Obtenido de
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/inactividad>