



DECANATO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION

“Plan para la Creación de una Empresa de
Enseñanza de Bailes Modernos. Santo Domingo,
República Dominicana. Año 2015”

Sustentado por:

| | |
|-------------------------|-----------|
| Keisy V. Coronado Mateo | 2009-0508 |
| Jorge Muñiz | 2010-2060 |

Asesor Titular

Ing. Juan Enrique Rosales

Asesor Auxiliar

Lic. Angelyn Carrasco

Monografía para Optar por el Título de:
Licenciatura en Administración de Empresas

Distrito Nacional, República Dominicana
Abril, 2015.

**“Plan para la Creación de una Empresa de
Enseñanza de Bailes Modernos. Santo Domingo,
República Dominicana. Año 2015”**

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS

DEDICATORIAS

INTRODUCCION

CAPITULO I

MARCO GENERAL

| | |
|---|---|
| 1.1 Resumen ejecutivo | 2 |
| 1.2 Definición de proyecto | 3 |
| 1.3 Definición del equipo Emprendedor | 3 |
| 1.4 Misión | 4 |
| 1.5 Visión..... | 5 |
| 1.6 Naturaleza del negocio | 5 |
| 1.7 Valores | 5 |

CAPITULO II

ANALISIS DEL ENTORNO

| | |
|---|----|
| 2.1 Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas | 7 |
| 2.2 Regulaciones Gubernamentales..... | 7 |
| 2.2.1 Macro Entorno social, político, económico y tecnológico | 8 |
| 2.3 Tendencias | 9 |
| 2.4 el Mercado | 10 |
| 2.5 Consumidores..... | 12 |
| 2.6 Competencia..... | 13 |
| 2.7 Grupos Objetivos | 13 |
| 2.8 Perfil del Consumidor..... | 14 |
| 2.9 Perfil de Clientes..... | 15 |
| 2.10 Proveedores | 15 |

CAPITULO III.

ANALISIS COMPARATIVO

| | |
|---------------------------------------|----|
| 3.1 Análisis FODA | 17 |
| 3.2 Recursos y Capacidades | 18 |
| 3.2.1 Recursos | 18 |
| 3.3 Factores Críticos del Éxito | 19 |
| 3.4 Análisis PORTER..... | 20 |

CAPITULO IV.

OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

| | |
|-----------------------------------|----|
| 4.1 Objetivos Cuantitativos | 23 |
| 4.2 Objetivos Cualitativos | 23 |

CAPITULO V.

| | |
|------------------------------------|-----------|
| ESTRATEGIAS GENERALES | 24 |
|------------------------------------|-----------|

CAPITULO VI.

PLANES OPERATIVOS

| | |
|--|----|
| 6.1 Mercadeo..... | 27 |
| 6.1.1 Estrategia Competitiva | 27 |
| 6.1.2 Estrategia de diferenciación | 27 |
| 6.1.3 Estrategia Competitiva | 27 |
| 6.1.4 Estrategia de posicionamiento | 28 |
| 6.1.5 Estrategias de comunicación | 29 |
| 6.1.6 Estrategia de Servicios | 29 |
| 6.1.7 Estrategia de promoción y publicidad | 30 |
| 6.1.8 Estrategia web..... | 30 |
| 6.2 Ventas | 31 |
| 6.2.1 Estrategia de Ventas | 31 |
| 6.2.2 Objetivos de Ventas | 31 |
| 6.3 Organizacional..... | 32 |
| 6.3.1 Staff o equipo de trabajo | 32 |
| 6.4 Investigación y desarrollo | 33 |
| 6.5 Operación y Logística | 34 |

| | |
|---|----|
| 6.6 Administración y Finanzas | 35 |
| 6.6.1 Plan de finanzas y administración | 35 |
| 6.6.2 Apoyos requeridos | 35 |

**CAPITULO VII.
EVALUACIÓN FINANCIERA**

| | |
|---|----|
| 7.1 Flujo de Efectivo (Ingresos, costos, egresos)..... | 37 |
| 7.2 Inversiones | 38 |
| 7.3 Sensibilizaciones | 39 |
| 7.4 Calculo de Van, Tir y otros Indicadores Financieros | 39 |
| 7.5 Requerimientos de Fondos de Inversión..... | 40 |
| 7.6 Estrategias de Búsqueda de Financiamiento | 41 |

**CAPITULO VIII.
ANEXOS**

| | |
|---|----|
| 8.1 Organigrama..... | 43 |
| 8.2 Modelo de Negocios | 44 |
| 8.2.1 Mapa de empatía | 44 |
| 8.2.2 Mapa de empatía | 44 |
| 8.3 Flujo..... | 45 |
| 8.3.1 Flujo grama de proceso para la recepción e inscripción del cliente | 45 |

CONCLUSION

RECOMENDACIONES

ANEXOS

AGRADECIMIENTOS

AGRADECIMIENTOS

Primero que nada quiero darle las gracias a Dios por haberme permitido darme la vida y poder tener las condiciones físicas y mentales para poder llevar a cabo el trabajo monográfico.

Agradecimiento muy especial al Profesor Juan E. Rosales el cual permitió abrir mi capacidad mental y ser creativo sin límites, más que aprendí a salir de la zona de confort y aspirar a más. Gracias al profesor Rosales mi compañera y yo pudimos realizar el trabajo de una manera muy satisfactoria y rentable, ya que él nos guiaba y orientaba a tomar el mejor camino ilustrándonos en la manera más factible para su realización.

Agradecimiento a la Lic. Angelyn Carrasco que pude compartir una o varias materias junto a ella notando que tiene un alto coeficiente intelectual y que por ella mi compañera y yo pudimos agilizar el proceso del trabajo monográfico ya que siempre nos ayudaba a corregir errores, detalles y nos ayudó a que debíamos expresar las cosas de una mejor manera, ella siendo siempre responsable y puntual.

Quiero agradecer a mi compañera de trabajo de monográfico Keisy Veriuska que sin su participación en este trabajo monográfico el proyecto no fuera para nada el mismo. Me enseñó a que las cosas hay que hacerlas más concisas y coherentes, y afincarme más a la realidad.

El agradecimiento más grande se lo quiero dar a las Sigüientes personas: Carolina Jon Mónaco que gracias a ella pude conocer la pasión más grande y mi razón de vivir que es el baile de salsa y bachata. Arriba de eso quiero agradecerles a junior que fue mi primer profesor del estilo de salsa "callejera", luego Chris Jones mi profesor de salsa "jevito", a mi profesor Alberto de salsa "On1 (Estilo los ángeles)", a mi profesor Fellito de salsa "On2 (New york style) a mi profesor Carlos Araujo de Bachata Moderna, a mis amigos de baile y amigos que son Carlos Araujo que del he aprendido mucho del baile para hacerlo más técnico elegante y de calidad, y en las cosas que me ha enseñado de la vida, a Ángel, a Chester a Hendrick, Gue, Stephanie, Laura y también a mis nuevos alumnos de las clases de salsa "On2" que estoy impartiendo a Marcel Castillo (Primer alumno), Joel Vázquez, Kim, Kimberly, Luis, Iris y Chester. Gracias a todos esos bailadores me inspire a hacer el trabajo monográfico de la empresa de bailes modernos lo cual estoy 150% seguro de que lo hare realidad y viviré de ello!! .

Y recuerden el negocio más rentable no es un taller de pintura, ni un lavadero de carro, ni un dealer, ni una tienda... el negocio más rentable es aquel que emprendes pero por el amor y la pasión que le tienes a algo, más el esfuerzo, dedicación y perseverancia que le des.

Jorge Muñiz

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a Dios: por darme la capacidad de poder lograr esta meta, por la fuerza y la voluntad que me sembró en el corazón para poder seguir adelante con este proyecto.

A la universidad y los profesores: por brindarnos un servicio superior en la enseñanza en el transcurso de toda mi trayectoria de estudios. Por tener buenos docentes que me sirvieron de guía en la enseñanza con buena capacidad para adaptarnos en clase al ambiente externos que nos rodea para un mejor entendimiento de la clase.

A mi esposo Carlos David Danis Ramos: por ser un apoyo y comprender mi falta de tiempo por dedicárselo a los estudios, gracias por ser tan perseverante, luchador y trabajador eres un buen ejemplo a seguir y sé que lo serás para tu hija.

A mis padres a Miguelina Mateo y a Ismael coronado: por estar siempre pendiente de que yo alcanzara mis metas profesionales por acompañarme en mis altas y bajas de la vida y ser buenos consejeros.

A mis hermanas Kirssy Coronado y Katherine Coronado: por envés de ser mis hermanas somos amigas y por el gran apoyo y seguimiento que nos hemos dado una a la otra.

A mi tía Lenni Valenzuela y Leslie Arias: a lenni por no ser una tía más sino una madre que siempre en la ausencia de mi madre estuvo presente educándonos y enseñándonos las cosas de la vida. A Leslie por ser nuestra hermana menor postiza por tenemos siempre a nosotras como un patrón a seguir dejándote guiar y queriendo alcanzar las cosas que hemos logrado.

AGRADECIMIENTOS

A Claudia y a las chicas de la Iglesia: por ser un apoyo una de la otra, acompañándonos, compartiendo y viviendo las pruebas que se nos presenta a cada una en nuestra vida como nuestras. A Claudia por ser nuestra madre guía en la Fe y en la vida cristiana con buenos ejemplos de superación y liderazgo.

A Ing. Juan Enrique Rosales: por tener una forma diferente de lo que es emprender, por sembraron ese espíritu de poder y de no ver esa complejidad de la vida al momento de crear una empresa si no en ver lo simple y lo que tenemos a manos para ser emprendedores y de marcar la diferencia en la pedagogía y enseñanza.

A la Lic. Angelyn Carrasco: por su atención y ayuda en la creación del monográfico por ser tan eficiente en tu trabajo.

Keisy Coronado

DEDICATORIA

DEDICATORIA

A mi familia por ser tan exigente con la educación y sembrarnos en mis hermanas y en mí el deseo de superación y de cumplir las metas.

A mi esposo Carlos David por ser un apoyo, ejemplo de trabajo y superación por lograr tus objetivos a pesar de las circunstancias y los momentos difíciles que se nos presentan en la vida.

A mi hermana menor Katherine y a Leslie Arias para que igual que nosotras se sacrifiquen en lograr sus metas y puedan en un futuro terminar sus carreras y ser mujeres de bien.

A mi hija que está por nacer para que se enorgullezca de su madre y me vea como una persona que no le valieron los obstáculos de la vida para seguir adelante y alcanzar sus metas para poder hacer que sus sueños se hagan realidad.

Keisy Coronado

DEDICATORIA

A mis padres Margarita Burgos y Tomas Muñiz que fueron el principal sustento tanto amoroso como económico, y siempre contando con su apoyo incondicional para la realización de este trabajo monográfico y los estudios en general. Mi madre que me indico que estudiara administración de empresa y lo mucho que me ha gustado y mi padre que me ayudo en muchas asignaciones.

Le agradezco a mi madrina Magaly que siempre me daba fuerzas e inspiración para siempre luchar hasta el último momento y cada vez que me ve preguntándome y asegurándose de que todo va bien en mis estudios y que cuento con su ayuda en todo momento.

A mi mejor amigo Miguel Ángel que me ha demostrado que la amistad existe y que me inspira y me motiva a seguir con mi vida y seguir estudiando.

A mi otro mejor amigo y Pipen Ng y Su esposa Alexandra Castellanos (Mi prima más querida y hermana) que son mi familia y he contado con el apoyo de ambos en las situaciones más difíciles de mi vida y sus consejos de cómo vivir en la vida de la manera más feliz.

A mis familiares por siempre entusiasarme y compartir la alegría de estar en familia y vivir en armonía y alegría.

A mis compañeros de clases del colegio y amigos en general en la cual que me han dado la alegría de poder compartir las cosas buenas de la vida y buenas razones para estudiar y seguir viviendo feliz.

Jorge Muñiz

INTRODUCCION

La danza o el baile es un arte en donde se utiliza los movimientos del cuerpo, usualmente con música, como una forma de expresión, de interacción social, con fines de entretenimiento, artísticos o religiosos. Es el movimiento en el espacio que se realiza con una parte o todo el cuerpo del ejecutante, con cierto compás o ritmo como expresión de sentimientos individuales, o de símbolos de la cultura y la sociedad. En este sentido, la danza también es una forma de comunicación, ya que se usa el lenguaje no verbal entre los seres humanos, donde el bailarín o bailarina expresa sentimientos y emociones a través de sus movimientos y gestos. Se realiza mayormente con música, ya sea una canción, pieza musical o sonidos.

Dentro de la danza existe la coreografía, que es el arte de crear danzas. La persona que crea coreografía, se le conoce como coreógrafo. La danza se puede bailar con un número variado de bailarines, que va desde solitario, en pareja o grupos, pero el número por lo general dependerá de la danza que se va a ejecutar y también de su objetivo, y en algunos casos más estructurados, de la idea del coreógrafo.

La danza ha ido evolucionado en muchos estilos, desde la danza académica o ballet, hasta el break dance, salsa, bachata, merengue y danzas folklóricas. Las definiciones que constituyen a la danza dependen de factores sociales, culturales, estéticos, artísticos y morales, así como también del rango de

movimiento funcional (como la danza folclórica) hasta las técnicas virtuosas (como el ballet). Cada danza, no importa el estilo, tienen algo en común, ya que en la mayor parte de los casos implica tener flexibilidad y movimiento del cuerpo, así como condición física.

La danza se compone de diversos elementos básicos que se interrelacionan, logrando transmitir emociones al público y para el mismo bailarín.

- Movimiento
- Ritmo
- Expresión corporal
- Espacio
- Estilo

El uso predominante de uno u otro elemento no es siempre parejo. En ciertos bailes predomina el ritmo, en otros el uso del espacio, en otros el estilo, etc. También es importante destacar que de acuerdo al tipo y género de baile, se acentuará el uso de uno u otro elemento. Dentro del baile se van creando nuevos géneros y variantes al crear nuevas coreografías y de esta forma se van diversificando.

Marco General

1.1 Resumen ejecutivo

El trabajo monográfico nos enseña que el trabajo en equipo es primordial para que este se pueda llevar a cabo de una manera más eficaz y eficiente, ya que con la colaboración de todos se puede llegar a una idea concreta sabiendo que dos cabezas piensan más que una.

En el proyecto entendimos muchos factores del cual depende el mismo, y de cuales enfocarnos, y tener como norte una meta alcanzable. Vimos que para persuadir a clientes en la república dominicana se necesitaba precios bajos, gracias a los resultados estimados que nos facilitó la encuesta para saber cómo ofertarnos ante nuestro blanco de público. Observamos que para competir ante nuestros competidores necesitamos profesores que además de saber enseñar sean dinámicos y creativos, ya que los clientes dejan ir a las empresas de bailes por falta de motivación y la monotonía en las clases. Los cálculos financieros nos mostraron que el negocio será rentable junto a la TIR que dio positiva por encima del 15%. El organigrama nos permitió especificarle las áreas y niveles jerárquicos al personal, más que en los recursos humanos se le especificaran cuales tareas y funciones deben realizar. Exploramos cuales medios de comunicación son los más factibles para la atracción de prospectos como las redes sociales, los videos en YouTube. Entendimos que para internacionalizarnos primero debemos tener una visión a nivel nacional y escalar. Y analizamos que lo que hace que la empresa compita y supere a las

demás es tener ventaja competitiva teniendo lo que las otras empresas no tengan y hacerlo de manera innovadora.

1.2 Definición del proyecto:

El proyecto va de la mano con el ámbito cultural de nuestro país ya que nuestro interés es destacarnos en los ritmos que por transcendencia han permanecido en nuestra tierra como parte de nuestra cultura.

La creación de una escuela de danza moderna quiere darle seguimiento a los cambios que han vivido nuestra música, con sus fusiones y variantes que a lo largo de los años han sufrido. Los bailes y métodos de bailes también como los ritmos musicales han tenido que ir adaptándose a los cambios más actualizados que se ha producido la música.

El servicio estará destinado para cualquier tipo de persona que le interese el baile que se practica en América Latina como la salsa, merengue, bolero, bachata, entre otros que serán impartidos en nuestra escuela, los grupos de danzas, ballet, folklor y música africana también tendrán su espacio en nuestro local como parte de nuestra cultura y orígenes.

1.3 Definición del equipo emprendedor

Somos un equipo emprendedor con visión de futuro y comprometidos con nuestra sociedad, con nuestro país y su cultura. Somos persistente en nuestra

marcha, optimista y de confianza con excelente relaciones interpersonales, capaces de fijarnos objetivos y trabajar para lograrlos.

Keisy Veriuska Coronado Mateo: estudiante de 26 años de la carrera de Administración de Empresas, con deseos de poder crear su propia empresa o negocio en un futuro, persistente, optimista y luchadora.

Jorge Muñiz: Estudiante de 23 años de la carrera de Administración de Empresas, en busca del éxito mediante la creación de su propia empresa y metas bien claras hacia un futuro no muy lejano tomando en cuenta su perseverancia, empeño, enfoque, optimismo, motivación sin límites ni barreras, todo de manera honesta.

1.4 Misión

Promover la excelencia en la enseñanza de bailes modernos en sus diferentes expresiones para elevar y enriquecer el nivel cultural de nuestro país, fomentar el desarrollo de la educación artística, y ofrecer un medio profesional a todos lo que participen de ella.

1.5 Visión

Ser una compañía de bailes modernos que se nutre de su cultura nacional para lograr una identidad propia. Buscamos establecer un nuevo estándar de excelencia artística, ser un orgullo para nuestra ciudad y una fuente de inspiración para las futuras generaciones de nuestro país.

1.6 Naturaleza del negocio:

Es la enseñanza naturaleza de servicios

1.7 Valores:

- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Dedicación
- ✓ Respeto.
- ✓ Compromiso.
- ✓ Honestidad.
- ✓ Disciplina.
- ✓ Cooperación.

CAPITULO II.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Regulaciones Gubernamentales:

La legislación relativa a las sociedades comerciales en República Dominicana está contenida en:

- Código de comercio
- Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada No. 479-08

El artículo 3 de la ley 479-08 (Modificado por la Ley 31-11, de fecha 11 de febrero de 2011) Se reconoce a las sociedades de responsabilidad limitada (SRL) este tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios.

La creación de nuestro negocio se empleara en base a esta sociedad de responsabilidad social destinados por las leyes dominicanas.

2.2 Análisis del macro entorno

El macro entorno o el entorno externo de una empresa es un análisis que nos ayuda más a fondo a cubrir y proteger la organización de forma directa o indirectamente por que cada uno de estos elementos puede afectar o favorecer las producciones y servicios de la entidad. Por tales razones hay que ser muy cuidadoso con este análisis porque de este podemos determinar nuestras oportunidades para poder aprovecharlas y convertirlas en fortalezas y conocer las amenazas para no dejar que afecte al negocio.

2.2.1 Macro entorno político, social, económico y tecnológicos

| | Asunto | Ventaja | Desventaja |
|----------------------------|---------------------|---|---|
| Entorno Político | Organizacional | | se ven afectada de manera directa o indirecta por los procesos políticos y legales del país |
| Entorno económico | Situación Local | Situación estable porque favorece al negocio. | La crisis económica afectaría en el desarrollo económico de la empresa |
| | Asunto de Impuestos | - | Son Muy altos |
| | La inflación | - | Distorsiona los precios y desestabiliza la economía |
| Entorno Social | Cultural | encuentros culturales e intercolegiales | Perdida de las costumbres y culturas |
| | Social | mayor cantidad de jóvenes interesados en la música y bailes | falta de valorización del sentido social de la música nacional |
| | Artísticos | Aumento en la cantidad de exponentes de géneros musicales del país | Falta de apoyo |
| Entorno Tecnológico | Social | | Más dependencia a la tec. y poco interés en relacionarse |
| | Estratégico | Uso de herramientas que facilitarían el trabajo a nivel adm. Ej. Pagos electrónicos | |
| | | | |

2.3 Tendencias

La danza se ha venido convirtiendo en un foco cultural y trascendental al igual que la música a nivel mundial. Tango, salsa, bachata... son la herencia de una tradición milenaria. El baile ha formado parte de la historia de la humanidad desde el principio de los tiempos y podría ser la más antigua de todas las artes.

En su proceso evolutivo, el baile pasó a ser una magnífica expresión de arte; el arte del movimiento, del ritmo y de la expresión, a tal punto que los estados de ánimo, también se transmite por medio de él; se llora o se ríe; Se exterioriza alegrías, penas, amor y odio. El baile ayuda de una forma a exteriorizar los sentimientos, a relajear y quitar tensiones del día a día, también te ayuda a relacionarte con otras personas y puede ser utilizada como modo de ejercitación.

Con las modificaciones propias de una danza y la jerarquía adquirida, dio luego lugar a retos y desafíos, que llevaron a la adopción del "bastonero" (encargado de dirigir el baile), cargo de importancia y responsabilidad, que desempeñaba un señor de aspecto grave, que con gran entereza y simpatía, actuaba en pos de la conservación del orden y del castigo para quien la prescripción no respetara. Ejemplo de este son los guías o profesores en una escuela de baile con la excepción de que no hay necesidad de castigar como en tiempo anteriores lo realizaban.

En los últimos tiempos los nuevos ritmos bailables, han logrado imponerse con asombrosa rapidez particularmente entre los jóvenes; no obstante se debe tomar

los recaudos o cuidados necesarios a fin de impedir que las hermosas danzas tradicionales que fueron galardón de la música vernácula no caigan en el olvido.

La danza, que mantiene la misma materia prima de sus orígenes: el cuerpo, y que fue acumulando reformas sintácticas y periódicas renovaciones ortográficas en su escritura se vio obligada a reformular su gramática, y más aún a pluralizarla.

Tiempo y espacio escénicos abandonan su concepción cartesiana para participar de los estados alterados de las nuevas propuestas coreográficas.

Este universo de creación merece el estudio de las particularidades con las que cada tendencia se presenta y, naturalmente, el análisis de las especificidades que las alimentan. Un abanico de nuevas verdades escénicas para el decir de los cuerpos contemporáneos.

2.4 El mercado

El proyecto se contempla en el la provincia de Santo Domingo, DN. La cual está dividida en los siguientes sectores.

- Santo Domingo Norte
- Santo Domingo oeste
- Santo Domingo sur

Por la gran magnitud territorial de la provincia decidimos iniciar el proyecto en la parte Oeste de Santo Domingo. Según la información de ONE (Oficina Nacional de Estadísticas) muestra las siguientes características del municipio de Santo Domingo Oeste:

- Superficie 54.0 km²
- Municipio: Santo Domingo Oeste
- Provincia de Santo Domingo

Estimación de Población:

- Población total: 363,321, en el cual 176,532 son hombres y 186,789 mujeres.

Estimación de Economía y Empleo:

- La población en edad de trabajar (PET) total: 290,150, en el cual 139,516 son hombres y 150,634 mujeres.
- La población económicamente activa (PEA) total: 135,482, del cual 78,990 son hombres y 56,492 mujeres.
- Población ocupada total: 125,990, del cual 74,505 son hombres y 51,485 mujeres.
- Población desocupada total: 9,492, del cual 4,485 son hombres y 5,007 mujeres.

- Población inactiva total: 147,991, del cual 57,183 son hombres y 90,808 mujeres.
- Tasa global de participación total: 94.1%, del cual 56.6% son hombres y 37.5% mujeres.
- Tasa de ocupación total: 87.6% del cual 53.4% son hombres y 34.2% mujeres.
- Tasa de desempleo total: 14.6% del cual 5.7% son hombres y 8.9% mujeres.

Estimación de Tecnología y Medios de Comunicación:

- Porcentaje de hogares con teléfono celular o fijo 87.2%.
- Porcentaje de hogares con conexión a internet 19.6%.
- Porcentaje de hogares con computadora 27.9%.
- Número de emisoras radiales A.M. y F.M 0%.

2.5 Consumidores

Pueden ser personas de cualquier tipo que le interese aprender o que tenga inconvenientes para aprender a bailar.

2.6 Competencias:

A nivel nacional hay diferentes escuelas de danzas la cual resaltamos las cinco más reconocidas en nuestro territorio, estas son las escuelas que tienen diferentes especialidades en salsa y en música latinas.

- On2 Dance Studio
- Fusión Latina
- Escuela Nacional De Salsa
- Studio 68

2.7 Grupos Objetivos

Consumidores Individuales

- Trabajadores
- Mujeres
- Hombres
- Niños
- Estudiantes
- Turistas

2.8 Perfil del consumidor:

Para determinar el perfil de nuestros consumidores realizamos una breve encuesta para conocer sus intereses y gustos. Como resultado lo siguiente

- Altos Consumidores de música tropical
- Tienen poco tiempo de disponibilidad para ir a una escuela de danza
- Turistas le gustaría aprender para mostrar algo diferente en su país
- La salsa es el ritmo que la gran mayoría no domina y le gustaría aprender

Edad de los Encuestados:

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|----------------|-----------------|------------|
| 1 | 10 a 19 | 22 | 90 |
| 2 | 20 a 29 | 51 | 210 |
| 3 | 30 a 39 | 22 | 91 |
| 4 | 40 en adelante | 6 | 24 |
| Total de muestra | | 100 | 415 |

Géneros de los Encuestados

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|-------------|-----------------|------------|
| 1 | Hombre | 47 | 195 |
| 2 | Mujer | 53 | 220 |
| Total de muestra | | 100 | 415 |

2.9 Perfil de Clientes:

Se les ofrecerán servicios a los que presenten las siguientes características

- Clientes particulares
- Sin importar la edad o el sexo, ni nacionalidad se aceptará a cualquier persona con deseos de aprender.

2.10 Los Proveedores

Este proyecto está enfocado en la enseñanza de baile y los proveedores o suplidores sería los profesores a contratar para que nos brinden su servicio por su remuneración.

CAPITULO III.
ANALISIS COMPARATIVO

3.1 Análisis FODA

En una época de cambios frecuentes, el éxito o fracaso de las empresas dependerá del grado de habilidad que muestren para aprovechar las oportunidades y/o enfrentar las amenazas que surjan en un momento dado. Con el análisis FODA se puede obtener un diagnóstico de la situación actual para así tomar decisiones acordes con los objetivos propuestos.

❖ **Fortalezas:**

- Accesibilidad de horarios de clases para todas las tandas.
- Buen servicio y trato al cliente
- Local e instalaciones de equipos en buen estado y confortables
- Buen ambiente, acogedor, área de aseo y de receso para más comodidad
- Precios competitivos y variedad de ofertas
- Calidad y capacitación constante de nuestros docentes
- Talleres virtuales de documentales de danza

❖ **Oportunidades:**

- Crecimiento en la demanda
- Pocas escuelas que ofrezcan el servicio completo
- Innovación en las técnicas y estilos
- Enseñamos todos los tipos de ritmos latinos existentes.
- Apoyo del ministerio de cultura del país.

❖ **Debilidades:**

- Complejidad en el aprendizaje del baile para nuestros clientes.
- Escasos recursos económicos para promocionar con mayor intensidad nuestros servicios.
- Desmotivación del cliente por el tiempo que les toma aprender a bailar.
- Poca disponibilidad de tiempo de nuestros clientes.

❖ **Amenazas:**

- Entrada de nuevos competidores.
- Crecimiento de nuestros competidores.
- Los servicios sustitutos.
- Cambios económicos del país

3.2 Recursos y Capacidades

3.2.1 Recursos

Los recursos son activos de la empresa, y para lograr la referida ventaja competitiva han de trabajar juntos para crear capacidades organizativas (o rutina organizativa). De esta manera los recursos se transforman en capacidades, creando flujos para la empresa. Los siguientes son los flujos de recursos que nos ayudarían a cumplir nuestras tareas diarias de nuestra escuela se utilizan para trabajar con eficacia, con el menor gasto de recursos, tiempo y esfuerzo.



3.3 Factores Críticos del éxito

Según Rockart se definen como: El número limitado de áreas en las cuales los resultados, si son satisfactorios, asegurarán un funcionamiento competitivo y exitoso para la organización.¹ Los siguientes son los factores críticos para la futura escuela de danza moderna.

- Velar por la satisfacción de los clientes para asegurar su fidelidad.
- Desarrollo e Innovación de nuevas técnicas y procedimientos de bailes.
- Asegurar el reclutamiento, selección y motivación de empleados claves y capacitados para la realización de su puesto.
- Mantener un buen manejo del flujo del efectivo.

¹ <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/2008/07/factores-crticos-de-xito.html>

- Cuidar y mantener en buen estado el local y los equipos.
- Realizar un arduo trabajo en la parte de marketing, propagandas y promociones.
- Mantener un estándar de calidad en el buen servicio y trato a los clientes.

3.4 Análisis PORTER

Colocar precios adquisitivos para que nuestros clientes no tengan motivos de dejar nuestros productos por precio y con alta calidad.

Poder iniciar propuestas de oferta donde el cliente vea los precios más atractivos para motivarlos a consumir más de un solo producto.

Crear áreas de recreación para toda la familia donde puedan disfrutar de nuestros productos totalmente gratis, para darle un valor extra a nuestros productos y poder captar a la a todos los miembros de la familia.

Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores

Mantener una buena relación con nuestros proveedores porque son la razón clave de nuestro negocio.

Amenaza de nuevos competidores entrantes

Las barreras que se pueden colocar para que los nuevos competidores que surjan no arrastren con nuestros clientes serian la innovación, promociones activas, ofertas periódicas, idealización de nuestros clientes.

CAPITULO IV.

OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y

LOS CUALITATIVOS

4.1 Objetivos Cuantitativos

Inversión Inicial \$ 2,000,000.00

| | precios | cantidad personas | Total Inscripc | Total Mensualidad | Ingresos Mensual | Ingreso anual |
|-------------|-------------|-------------------|----------------|-------------------|------------------|----------------|
| Inscripción | \$ 1,500.00 | 180 | \$ 270,000.00 | | | |
| Mensualidad | \$ 1,000.00 | 180 | | \$ 180,000.00 | | |
| Totales | | | \$ 270,000.00 | \$ 180,000.00 | \$ 450,000.00 | \$2,430,000.00 |

| | Ingresos | | | Egresos | Margen | Margen |
|-------|-----------------|--|-------|-----------------|-----------------|-----------|
| año | valor | | año | valor | valor | % |
| 1 | \$ 2,430,000.00 | | 1 | \$ 1,987,500.00 | \$ 442,500.00 | 18 |
| 2 | \$ 2,551,500.00 | | 2 | \$ 2,086,875.00 | \$ 464,625.00 | 19 |
| 3 | \$ 2,679,075.00 | | 3 | \$ 2,191,218.75 | \$ 487,856.25 | 20 |
| 4 | \$ 2,813,028.75 | | 4 | \$ 2,300,779.69 | \$ 512,249.06 | 21 |
| 5 | \$ 2,953,680.19 | | 5 | \$ 2,415,818.67 | \$ 537,861.52 | 22 |
| total | \$13,427,283.94 | | total | \$10,982,192.11 | \$ 2,445,091.83 | \$ 100.00 |

4.2 Objetivos Cualitativos

- Ser una escuela reconocida a nivel nacional
- Mantener un ambiente de enseñanza motivacional
- Capacitación continua de profesores
- Velar por la innovación de las técnicas y bailes

CAPITULO V

ESTRATEGIAS GENERALES

Las estrategias generales son estrategias que consideran a la empresa como un todo, es decir, sirven para alcanzar los objetivos generales de la empresa.

1. Competir en base a los costos.
2. Creando un modelo de negocio enfocados en la reducción de costos, el modelo Idóneo a utilizar es la herramienta de modelo de negocios CANVAS
3. Competir en base a la diferenciación.
4. Mapa de empatía para conocer más a fondo a nuestros clientes

CAPITULO VI.
PLANES OPERATIVOS

6.1 Mercadeo

6.1.1 Estrategia Competitiva

La Estrategia de la empresa de enseñanza de baile moderno se basa en:

Hacerle entender a nuestros clientes y prospectos que contamos con el servicio de mayor calidad y productividad de rendimiento en el mercado, contando con las ideas innovadoras más impactantes.

Marketing y Comunicación

6.1.2 Estrategia de diferenciación

Utilizaremos la estrategia de Diferenciación, ya queremos estimular la preferencia de nuestro servicio en la mente del cliente. También cubrir mejor el mercado adaptándonos a las necesidades de los consumidores.

6.1.3 Estrategia Competitiva

- Venderemos nuestro servicio al precio muy competitivo al que está en el mercado.
- Repondremos la ausencia en la semana a cualquier cliente que no haya podido asistir a la empresa.
- Daremos brindis de bienvenida a todo cliente que entre por primera vez a la empresa.

- Seremos más productivos, con calidad y eficiencia al contar con asistentes y un profesor con un nivel técnico altamente capacitado.
- Haremos ofertas cada cierto tiempo con el objetivo de persuadir a nuevos prospectos bajando más el precio y omitiendo la inscripción.
- Haremos post-servicio, para saber cómo se sienten nuestros clientes con el servicio, que les incomoda, y en que podríamos mejorar.
- Hacer la clase lo más dinámica y divertida posible para no aburrir al cliente y así evitar la monotonía.
- Otorgar reconocimientos al cliente del mes.
- La pista de baile estará libre todos los viernes en la noche para que los clientes practiquen y refuercen lo ya aprendido y a la vez compartan.
- Contamos con un sin número e infinitas vueltas, figuras y movimientos con alto grado de tecnicidad.

6.1.4 Estrategia de posicionamiento

- Precios competitivos
- Buena ubicación
- Diferentes ofertas
- Realización de actividades de integración entre los clientes
- Mantener un buen ambiente y relaciones humanas

6.1.5 Estrategias de comunicación

- Contacto Directo con los futuros clientes.
- Redes sociales.
- Brochur y Flyers.
- Afiches promocionales.
- Avisos en radios locales.
- Anuncios en Prensa.
- Promoción no pagada mediante el dueño bailando en las diferentes discotecas.
- Mediante página web del negocio.
- En páginas amarillas.
- En internet
- Mediante Videos en YouTube
- Tarjetas de presentación
- En eventos o actividades para promocionar mediante presentaciones o bailando normal.
- Promoción boca a boca

6.1.6 Estrategia de Servicios

- **Clientes Empresa:**

La Empresa ofrecerá al cliente clases de bailes con un horario de hora y medias, tres veces a la semana por disciplina. La forma de pago será mensual. Se harán

talleres con que buscan objetivos específicos en busca de más calidad y perfección.

- **Clientes Particulares:**

A los clientes que no están en la empresa se les ofrece el servicio de darle clases personalizadas o presentaciones de shows en x actividad.

- **Talleres para el personal:**

Estos talleres serán enfocados al personal para que mediante estos podamos lograr cumplir los objetivos trazados y superar las expectativas de los clientes de la manera más eficaz.

6.1.7 Estrategia de promoción y publicidad

- Descuentos
- Ofertas
- Clientes preferencial
- Anunciar nuestro servicio

6.1.8 Estrategia web

- Creación de página Web interactiva, con el objetivo de dar a conocer el producto y los servicios que ofrecemos.
- Inversión en publicidad online para atraer a nuevos clientes.

- Social Media Marketing Facebook: redes sociales para interactuar con nuestros consumidores.
- Crear un canal en YouTube para poder subir videos de bailes con nuestros profesores como parte de la promoción.

6.2 Ventas

6.2.1 Estrategia de ventas

Como nuestro producto es un servicio que vamos a ofrecerle a nuestro clientes lo estaríamos vendiendo a través de publicidad, con entrega de volantes, visitar centros de diversión con algunos profesores para hacer demostraciones de los bailes y poder persuadir a las personas a que le nazca el interés de participar en la escuela. También estaríamos participando de eventos especiales, bodas y realizar promociones en canales de televisión.

Las grabaciones que serán colocadas en nuestra canal de YouTube que crearemos también pueden captar clientes para inscribirse en la escuela.

6.2.2 Objetivo de ventas:

Los objetivos de clientes que deseamos alcanzar por el primes mes de iniciación de la escuela es de 180 clientes que se inscriban en las diferentes tandas de clase a impartir en la siguiente distribución:

| Servicios | Objetivo | % |
|-------------------------|----------|-----|
| Clases Grupales | 90 | 50 |
| Clases Particulares | 40 | 22 |
| Espectáculos | 10 | 6 |
| Nivel de competencias | 30 | 17 |
| Presentaciones privadas | 10 | 6 |
| totales | 180 | 100 |

6.3 Organizacional

Contamos con un personal altamente capacitado para que ayuden con la enseñanza y enfrenten cualquier error o fallas que cometan nuestros clientes con el fin de que estos logren cumplir todos los objetivos para obtener un baile técnico, elegante, de calidad y con sabor.

6.3.1 Staff o equipo de trabajo

- **Dueño del negocio:** Encargado de que todo marche y vaya como lo planeado y organizado, que la calidad en la clase se mantengan y velar que los clientes no se desmotiven. También va a ocupar el cargo de profesor.
- **Secretaria:** será la encargada de llevar el control de registro de los estudiante su fecha de pago y valar por que los estudiantes asistan a la clases.

- **Área de contabilidad:** serán lo encargado de todo lo relacionado al control y manejo del efectivo y pago de impuestos.
- **Profesores:** son los encargados de impartir las clases a nuestros estudiantes.
- **Vendedores:** estos son los que van estar en el área de cafetería y en las tiendas de ventas especiales.
- **Conserje:** se tomará en cuenta una compañía Outsourcing para que lleve el control de la limpieza en el área.

Más adelante anexo de organigrama

6.4 Investigación y Desarrollo

- Utilizaremos a los mismos profesores para que midan la calidad y el desempeño del trabajo de sus otros compañeros en la clase.
- El profesor principal el dueño de la escuela periódicamente estará evaluando las clases de los profesores para velar que se esté impartiendo de la forma correcta y se les esté dando un buen trato a los clientes.

- Los clientes a final de cada clase evaluarán al profesor mediante la siguiente planilla que se la estará suministrado la secretaria de turno. (la planilla esta anexada al final del trabajo).

6.5 Operación y logística

- La operación estará compuesta y se desempeñara de la siguiente manera:
 - Determinación de necesidades formativas
 - Planificación de las acciones formativas.
 - Diseño de las acciones formativas.
 - Realización de las acciones.
 - Evaluación y control.

En el proceso siempre se va a tomar como prioridad la satisfacción del control de calidad total del servicio.

- En la logística se tomaran en cuenta los servicios de:
 - Higiene del local.
 - Mini cafetería.
 - Mini Tienda
 - Remodelaciones continuas del local.
 - Foco para un ambiente sano y tranquilo los días de bailes sociales.

- Mini bar.

6.6 Administración y Finanzas

6.1.1 Plan de finanzas y administración

- Capacitación pedagógica
- Outsourcing
- Inversión en sistemas de control de calidad
- Inversión en sistemas financieros y tecnológicos
- Planes de motivación a empleados y profesores

6.1.2 Apoyos requeridos

- Mercadeo
- Redes Sociales y la web
- Relaciones Sociales
- Capital de trabajo
- Financiamiento

CAPITULO VII.
EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1 Flujo de efectivo

| Flujo De efectivo | | | | | |
|-------------------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| PERIODO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Efectivo Inicial | \$1,700,000.00 | \$100,000.00 | \$50,000.00 | \$150,000.00 | -\$50,000.00 |
| Mas | | | | | |
| Ingresos | \$1,800,000.00 | \$1,890,000.00 | \$1,984,500.00 | \$2,083,725.00 | \$2,187,911.25 |
| | | | | | |
| Total de Ingresos | \$3,500,000.00 | \$1,990,000.00 | \$2,034,500.00 | \$2,233,725.00 | \$2,137,911.25 |
| Menos Egresos | | | | | |
| pago publicidad y promocion | \$261,000.00 | \$274,050.00 | \$287,752.50 | \$302,140.13 | \$317,247.13 |
| equipos | \$338,612.94 | \$355,543.59 | \$373,320.77 | \$391,986.80 | \$411,586.14 |
| pago nomina | \$184,500.00 | \$193,725.00 | \$203,411.25 | \$213,581.81 | \$224,260.90 |
| mantenimiento | \$190,000.00 | \$199,500.00 | \$209,475.00 | \$219,948.75 | \$230,946.19 |
| gastos generales | \$172,500.00 | \$181,125.00 | \$190,181.25 | \$199,690.31 | \$209,674.83 |
| contratos de depositos | \$180,000.00 | \$189,000.00 | \$198,450.00 | \$208,372.50 | \$218,791.13 |
| Local | \$60,000.00 | \$63,000.00 | \$66,150.00 | \$69,457.50 | \$72,930.38 |
| vehiculos | \$225,000.00 | \$236,250.00 | \$248,062.50 | \$260,465.63 | \$273,488.91 |
| Total de Egresos | \$ 1,611,612.94 | \$1,692,193.59 | 1776803.266 | 1865643.43 | 1958925.601 |
| Efectivo al final de periodo | \$ 1,888,387.06 | \$ 297,806.41 | \$ 257,696.73 | \$ 368,081.57 | \$ 178,985.65 |

7.2 Inversiones:

El total de la inversión es de \$ 2, 000,000.00 dentro de lo que se encuentran elementos esenciales para la entrega de la oferta de la escuela de danza, bajo los parámetros establecidos con anterioridad.

| Calculos de inversiones | % | |
|--------------------------------|------------|------------------------|
| pago publicidad y promocion | 13 | \$ 261,000.00 |
| equipos | 17 | \$ 338,612.94 |
| Gastos legales | 1 | \$ 20,000.00 |
| pago nomina | 8 | \$ 152,000.00 |
| mantenimiento | 10 | \$ 190,000.00 |
| Local | 3 | \$ 60,000.00 |
| Vehiculo perifoneo | 11 | \$ 225,000.00 |
| gastos generales | 9 | \$ 172,500.00 |
| contratos de depositos | 9 | \$ 180,000.00 |
| Gastos de innaguracion | 9 | \$ 188,387.06 |
| Pagos de serenos | 2 | \$ 43,000.00 |
| Otros Gastos | 8 | \$ 157,000.00 |
| | 100 | \$ 1,987,500.00 |

7.3 Análisis de sensibilidad

| ítem de Resultados | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------------------|---|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Ingresos por Ventas | | 7474563.52 | 10656940.3 | 12074313.4 | 12436542.8 | 12809639.05 |
| <i>Factor de Sensibilización</i> | | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 |
| <i>Ingresos Corregidos</i> | | 7100835.34 | 10124093.3 | 11470597.7 | 11814715.6 | 12169157.1 |
| <i>Costos directos</i> | | -2391860.33 | -3410220.9 | -3614834.15 | -3831724.2 | -4061627.65 |
| <i>Otros Costos Indirectos</i> | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| <i>Margen de Explotación</i> | | 4708975.02 | 6713872.39 | 7855763.55 | 7982991.43 | 8107529.446 |
| <i>Gasto General</i> | | -4878000 | -5268240 | -5399946 | -5534944.65 | -5673318.27 |
| <i>Mercadeo</i> | | -224236.905 | -319708.209 | -327700.914 | -335893.437 | -344290.773 |
| | | | | | | |
| Intereses | | -237750.15 | -202488.105 | -161936.754 | -115302.699 | -61673.5368 |
| | | | | | | |
| Resultado Operacional | | -631012.04 | 923436.079 | 1966179.88 | 1996850.64 | 2028246.87 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Amortización | | 235080.299 | 270342.344 | 310893.695 | 357527.75 | 411156.9121 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Resultado No Operacional | | -866092.339 | 653093.735 | 1655286.18 | 1639322.89 | 1617089.958 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| <i>Utilidad antes de impuestos</i> | | -631012.04 | 923436.079 | 1966179.88 | 1996850.64 | 2028246.87 |
| <i>Impuesto a la Utilidad (25%)</i> | | 0 | 230859.02 | 491544.97 | 499212.661 | 507061.7175 |
| <i>Utilidad después Impuestos</i> | | -631012.04 | 692577.059 | 1474634.91 | 1497637.98 | 1521185.152 |
| EBITDA | | -866092.339 | 653093.735 | 1655286.18 | 1639322.89 | 1617089.958 |
| % Ebitda | | -0.12197049 | 0.06450886 | 0.14430688 | 0.13875263 | 0.132884303 |

Lo anterior implica que el proyecto resiste un baja de hasta un 5% en los ingresos proyectados y sigue siendo rentable

7.4 Calculo de la Tir y Ván

Los ingresos que tomamos en cuenta son en base a las proyecciones de venta e inscripción mensual.

| | precios | cantidad personas | Total Inscripto | Total Mensualidad | Ingresos Mensual | Ingreso anual |
|----------------|-------------|-------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|
| Inscripción | \$ 1,500.00 | 180 | \$ 270,000.00 | | | |
| Mensualidad | \$ 1,000.00 | 180 | | \$ 180,000.00 | | |
| Totales | | | \$ 270,000.00 | \$ 180,000.00 | \$ 450,000.00 | \$ 2,430,000.00 |

Los cálculos para el primer periodo es el siguiente:

Con un aumento anual de un 5%

| | Ingresos | | | Egresos | Margen | Margen |
|-------|--------------------|--|-------|---------------------|-----------------|-----------|
| año | valor | | año | valor | valor | % |
| 1 | \$ 2,430,000.00 | | 1 | \$ 1,987,500.00 | \$ 442,500.00 | 18 |
| 2 | \$ 2,551,500.00 | | 2 | \$ 2,086,875.00 | \$ 464,625.00 | 19 |
| 3 | \$ 2,679,075.00 | | 3 | \$ 2,191,218.75 | \$ 487,856.25 | 20 |
| 4 | \$ 2,813,028.75 | | 4 | \$ 2,300,779.69 | \$ 512,249.06 | 21 |
| 5 | \$ 2,953,680.19 | | 5 | \$ 2,415,818.67 | \$ 537,861.52 | 22 |
| total | \$13,427,283.94 | | total | \$10,982,192.11 | \$ 2,445,091.83 | \$ 100.00 |
| | Calculo Van | | | \$107,142.86 | | |
| | Calculo Tir | | | 7% | | |

Se proyectó un préstamo financiero, a un periodo de 5 años, con una tasa anual de un 15 % que equivale a un 1.25% mensual de interés.

El monto del crédito es de RD\$ 1, 585, 001,00

7.5 Requerimiento de Fondos

Los aporte de los inversionista solo cubre un 43.5% de los gastos generales para la creación del proyecto por lo que tendremos que buscar ayuda bancaria de un 56.5 % de los ingresos para poder iniciar con todo lo pautado.

| Inveraionistas | Cant. Inversión | % |
|------------------------|-----------------------|-----------------|
| Keisy corona | \$480,000.00 | \$24.00 |
| Jorgue Muñis | \$390,000.00 | \$19.50 |
| Financiamiento | \$1,130,000.00 | \$56.50 |
| inversion total | \$2,000,000.00 | \$100.00 |

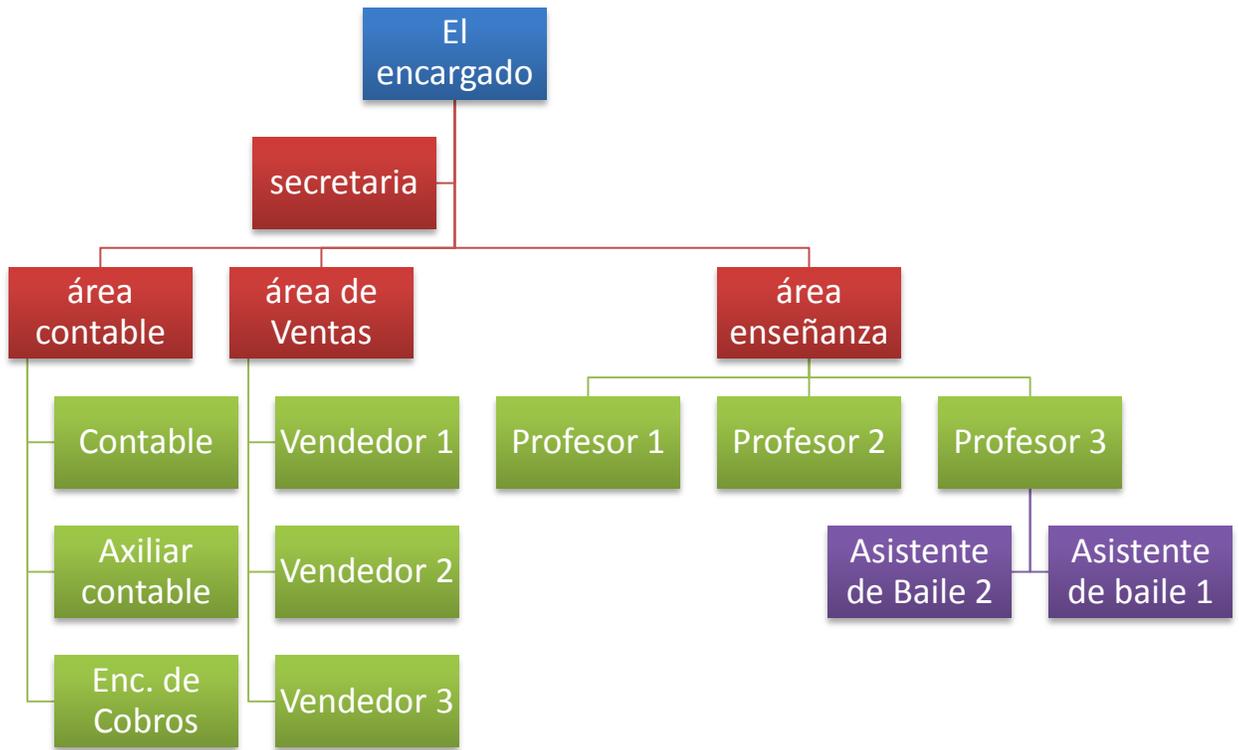
7.6 Estrategia de búsqueda de fondos

- Vender inversiones preferenciales dando un margen de beneficio según el aporte.
- Ingresos familiares que puede ser de forma de préstamos o de inversión.
- Solicitar crédito en una pyme que pueda prestarnos parte del efectivo a un margen bajo de interés.

CAPITULO VIII.

ANEXOS

8.1 Organigrama



8.2 Modelo de Negocio:

8.2.1 Mapa de empatía

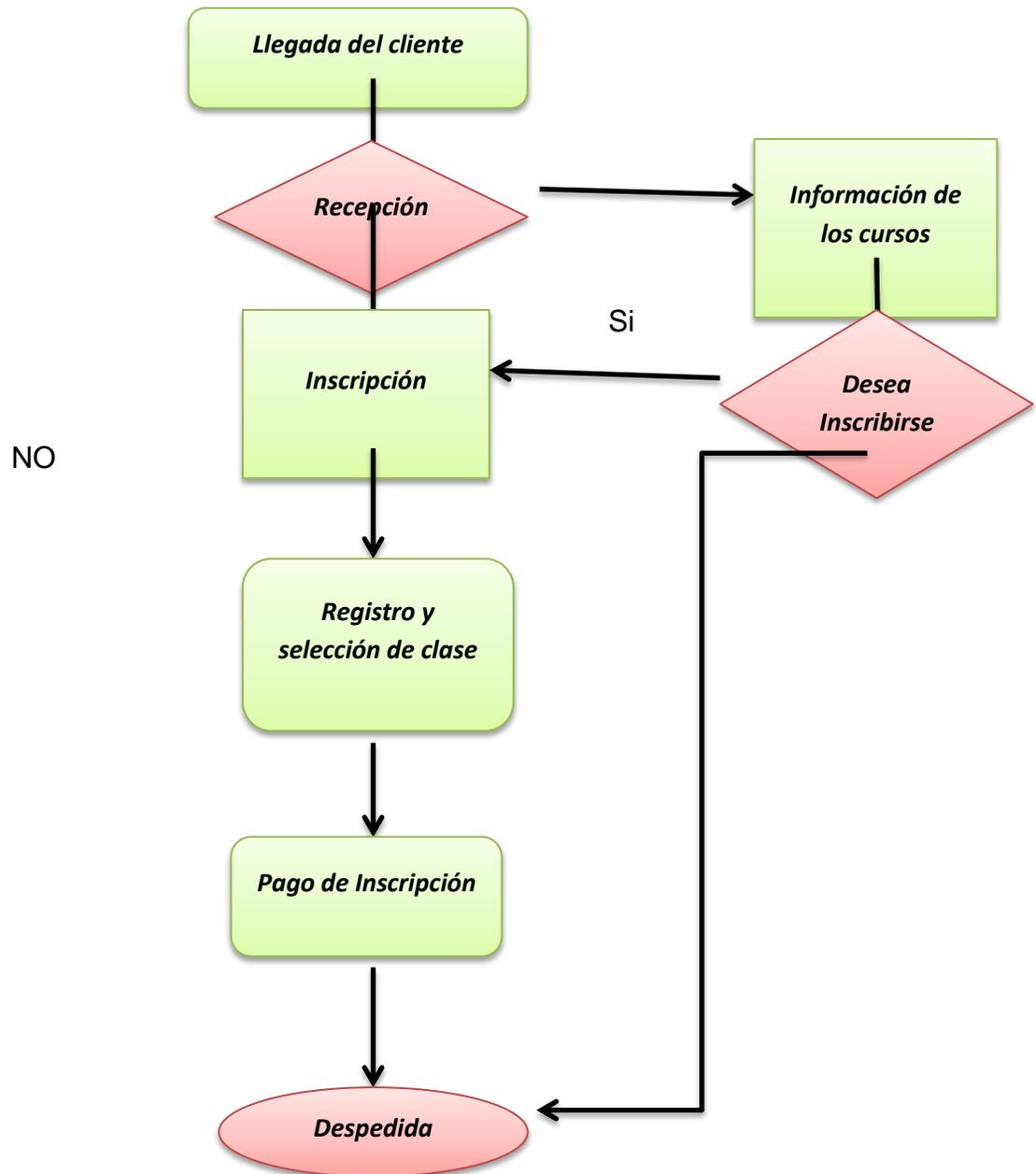
Nuestro deseo es brindar un servicio que se ajuste perfectamente a las necesidades del cliente y por el que esté dispuesto a pagar lo que queremos... pero para ello, es imprescindible comprender realmente al cliente (no sólo sus necesidades explícitas sino también las latentes). El mapa de empatía nos ayuda a ir más allá de lo que “parece” que quiere nuestro cliente o de lo que dice que quiere para ayudarnos a entender lo que realmente quiere.

8.2.2 Mapa de empatía

| Socios claves | Actividades claves | Propuesta de Valor | Relaciones Clientes | Relaciones Clientes | Segmento de Mercado |
|---|---|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> •Tienda de ropa deportiva •Capezio •Bebidas energizantes •Agua •Cerveza | Clases de baile: Merengue, salsa, bachata, mambo, etc. | Novedad: modernización en pasos de bailes. Clases privadas Reconocimiento del empleado del mes Presentaciones de baile Reconocimiento al estudiante del mes Oferta de inscripciones | Novedad: modernización en pasos de bailes. Clases privadas Reconocimiento del empleado del mes Presentaciones de baile Reconocimiento al estudiante del mes Oferta de inscripciones | Asistencia persona Servicio a domicilio Canales Directo: página web, referidos, redes sociales, revistas y medios impresos | Personas de cualquier edad, enfocado en jóvenes y turistas. |
| <ul style="list-style-type: none"> •Programas de televisión •Gimnasio | Recursos Claves Profesor de baile Local en lugar estratégico Sonido | | | | |
| Costos | Costo de capacitación Gastos generales Costos de motivación | | Fuentes de Ingresos | | |
| | | | Bonos o cupón Pago por hora. | Primas por suscripción Concursos pagos para participar Tarjetas de descuentos | |

8.3 Flujo

8.3.1 Flujo grama de proceso para la recepción e inscripción del cliente



CONCLUSIÓN

El plan de negocios de la empresa de enseñanza de bailes modernos nos dio a concluir que los bailes modernos latinos son un gran aporte para la sociedad dominicana ya que les da la oportunidad de conocer las distintas danzas de otras culturas y la forma moderna e innovadora en cómo ha cambiado el arte del baile en los últimos años a diferencia de la generación pasada.

El dominicano es una persona alegre con muchas energías y ganas de divertirse, además de que la republica dominicana es un país que invierte mucho dinero en diversión. También son muy apasionados por la música y el baile, lo cual la empresa de enseñanza de bailes modernos les permite aprender a bailar y/o mejorar y modernizar sus estilos de baile que tienen proporcionándole una mayor satisfacción personal.

La ventaja que tiene la empresa de baile es que permite que el dominicano tenga relaciones interpersonales, su ego y estima se eleven, se desesterasen, y salgan de la monotonía, se mantengan activos, aprenden diferentes ritmos de baile, y permite que escuchen y sientan la música de una manera diferente, y les da confianza.

RECOMENDACIONES

Luego de mi equipo y yo haber realizado el Proyecto entendimos que la empresa de enseñanza de baile moderno es un negocio muy importante de implementar ya que esto les abre las puertas a todas las personas de Republica Dominicana y a los extranjeros a conocer más de los bailes modernos que prometen elegancia, diversión y calidad en un ambiente sano, además de que promueve e impulsa al arte y la cultura dominicana para que más personas conozcan las costumbres de nuestro país.

También recomendamos a las demás empresas que se doten de más información y practiquen más sobre los bailes modernos para que no se queden rezagados con el mismo baile y se mantengan actualizados sobre la calidad y técnicas, y los cambios constantes del baile para que los clientes tengan una mayor satisfacción y pasión por la danza.

Si todo lo anterior se cumple en un tiempo no muy lejano se podrá ver un gran cambio en la Republica Dominicana, ya que habrá mas bailadores y bailadores bailando con elegancia transmitiendo sus emociones y sentimientos, motivando a las demás personas a seguir compartiendo esa pasión por el arte de la danza.

ANEXOS

I. Anteproyecto

UNIVERSIDAD ACCION PRO-EDUCACION Y CULTURA

UNAPEC



DECANATO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACION

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

**“Plan para la Creación de una empresa de enseñanza de bailes modernos.
Santo Domingo, República Dominicana. Año 2015**

SUSTENTADO POR:

Keisy V. Coronado Mateo 2009-0508

Jorge Muñiz 2010-2060

Asesor Titular

Ing. Juan Enrique Rosales

Asesor Auxiliar

Lic. Margarita Abreu

**Anteproyecto de la Monografía para optar por el título de
Licenciado en Administración de Empresas**

Distrito Nacional, República Dominicana

2015.

**“Plan para la Creación de una Empresa de Enseñanza
de Bailes Modernos. Santo Domingo, República
Dominicana. Año 2015**

I. Planteamiento

“El baile no es más que Sucesión de movimientos que se ejecutan adaptados a un tipo concreto de música y con unas características distintivas de acuerdo al tipo de baile que se presente”²

Existen diferentes ritmos musicales y con ellos diferentes estilos o formas de bailarlos. Nuestra cultura se conocen diferentes ritmos musicales que son autóctonos de nuestra región y por sus estilos, e instrumento pertenece a la gran variedad de ritmos que caracterizan américa latina más conocido como ritmos latinos o música caribeñas donde los países de américa central y del caribe son los representantes de esta categoría.

El bolero, la salsa, la bachata, el merengue, entre otros son los ritmos que dan origen a nuestra cultura latina que son natos de los diferentes países de la región del caribe, aunque hay que destacar que parte de ellos son originarios de nuestra tierra.

Estos ritmos han alcanzado una transcendencia mundial gracias a los distintos exponentes de nuestra música que la han hecho llegar a todos los rincones del mundo de ahí viene que muchas personas de países que no son latinos le motiva bailar este tipo de música. Personas que no conocen nada del baile, ni de nuestra cultura. Otra vertiente es que en nuestra misma zona caribeña hay personas que aunque conozcan los estilos de música no dominan los diferentes

² <http://es.thefreedictionary.com/baile>

estilos de baile que representa nuestra música por la variedad de pasos y técnicas en el baile que hay que desempeñar.

Así como el mundo se va modernizando cada día más también los ritmos y estilos de música van abriendo auge a la modernización, la bachata viene más fusionada y con un estilo más joven de igual manera la salsa y el merengue con ellos también las técnicas de bailes, las coreografías, los distintos pasos, las vueltas han sufrido sus cambios de modernidad de mano con los nuevos ritmos

De ahí la necesidad de cubrir y darle frente a los diferentes cambios que sufre la música de mano con el baile para transmitir y perfeccionar nuestro estilo a personas extranjeras interesadas en nuestros ritmos y personas de nuestro propio país que le interese mejorar o perfeccionar su estilo de baile.

II. Objetivos

2.1 Generales

- Diseñar un Plan para la creación de una empresa de enseñanza de bailes modernos.

2.2 Objetivos Específicos

- Evaluar la viabilidad comercial de una empresa de enseñanza de baile moderno, identificando a los consumidores, el mercado, competencias y ventajas competitivas.
- Evaluar la viabilidad de gestión de una empresa de enseñanza de baile moderno, identificando las capacidades administrativas y de gestión para el e

mprendimiento del proyecto, identificando las condiciones necesarias para el buen funcionamiento del proyecto de orden funcional y estructural (Organizacional, manual de funciones y procedimiento operativos).

- Evaluar la viabilidad Técnica de una empresa de enseñanza de baile moderno, identificando las posibilidades materiales, físicas para la producción de servicios, tomando análisis de los costos directos e indirectos de fabricación.
- Evaluar la viabilidad jurídica de una empresa de enseñanza de baile moderno, tomando en cuenta el orden regulador jurídico que hacen viable el proyecto.
- Evaluar la viabilidad financiera de una empresa de enseñanza de baile moderno, estimando la rentabilidad de la de la inversión, considerando el flujo de recurso financieros (ingresos, costos, egresos) las inversiones y fuentes de financiamiento.

III. Justificación

3.1 Justificación teórica

La creación de una empresa para enseñanza de bailes modernos debe de conocer y estudiar los orígenes de las culturas que fomentaron la creación de esos ritmos y bailes para mejorarlos, actualizarlos, poder cautivar a las personas y mantener una ventaja competitiva. Estas son algunas definiciones sobre el verdadero origen de los ritmos y bailes latinos.

“Eso movimientos característicos, son ritmos contagiosos y muy bailables, han pasado por grandes influencias europeas que a lo largo del tiempo, han dado a la música y a la danza en América Latina, una categoría popular de baile competitivo, tradicional e histórico. Danzas como la salsa, el tango o el merengue (unas de las más reconocidas en el mundo), son ejemplos de esas influencias, que cuentan a su región y al mundo toda una historia cultural que enmarca especialmente la esclavitud, la pobreza y la conquista en una América Latina evolucionada.

El origen

La danza latina no solo tiene influencias de España, (uno de los principales países colonizadores de nuestro continente), sus inicios también se dieron en Inglaterra en el Siglo XVIII. Exactamente, en el año 1700 un tipo de danza inglesa se vuelve popular en toda Europa. En Francia la llamaron “Contredanse”, en España, la “Contradanza” y en Portugal “Contradanza”.

Después de esta gran expansión los europeos en plena colonización llevaron consigo este tipo de danza a Centro América y Sur América, mezclándola con los bailes y danzas propias del nuevo continente.

La cultura española tiene la mayor influencia sobre la evolución histórica de la danza latinoamericana.

Los referentes que tiene Latinoamérica, de España, son el estilo colorido de la danza, las puestas en escena llena de dramaturgia; y la influencia de los pasos

planos que provienen de danzas españolas como el pasodoble y el flamenco. En cuanto a la música tradicional, España es pionero del uso de la guitarra criolla y los estilos de música de trovador.

La cultura africana también intervino en las raíces del continente bajo de norte América, ya que desde el año 1500, cuando los colonos llevaron una gran cantidad de esclavos desde África hacia América; se compartió a través de la danza, las tradiciones ceremoniales y ancestrales de los esclavos. La tambora y los movimientos enérgicos de la danza latinoamericana provienen de esta fusión. Cuando los españoles llevaron la contradanza a Cuba en el año 1700, pasó a ser conocida como "danza". La danza tuvo influencias criollas y fusiones con el son cubano y el jazz, dando lugar al reconocido mambo, padre de la salsa".³

“Latinoamérica tiene gran variedad de danzas tradicionales que evocan con sus ritmos y movimientos, las raíces envueltas en lucha, colonización y emancipación cultural.

Parte del origen el término música latinoamericana, o su apócope música latina, se emplea popularmente para englobar diferentes ritmos y músicas de América Latina y del Caribe. Este término se empezó a utilizar a partir de los años 1950 en los Estados Unidos para referirse a los ritmos musicales típicos de América Latina, buscando una diferenciación entre los estilos de origen afroamericano de los africanos latinoamericanos. En este sentido, se considera que hacen parte

³<http://www.danzaenred.com/articulo/el-origen-de-los-ritmos-y-la-danza-latinoamericana#.VNYKkE05Dcs>

de la música latina, un gran número de géneros: el merengue, la bachata, la salsa, el reggaetón, la rumba, la ranchera, el bolero, la bossa nova, la cumbia, el tango, el fado, la milonga, el rock latino; desde la música norteña de México a la sofisticada habanera de Cuba, desde las sinfonías de Heitor Villa-Lobos a los sencillos sonidos de la quena. El único elemento en común que tienen estas músicas es el uso de los idiomas latinos, predominantemente el español y el portugués de Brasil, aunque en este último país se prefiere el término música de América Latina.”⁴

Las reseñas de nuestra historia nos presentan los diferentes cambios y las diferentes mezclas que ha sufrido nuestra cultura en el transcurso de los tiempos. Este suceso enriquecieron nuestro ritmos y música que hoy en día disfrutamos pero con los diferentes cambios y fusiones que han recibido en toda su trayectoria.

La música en parte de su historia formo aporte en a lo socio-político de los países latino americanos cuba fue una de la isla que en donde la música se hizo sentir a nivel socio político en la historia la música tienen mucha influencia en los pueblos para transformar su mentalidad y para campañas de reivindicación social. En cuba todo acontecimientos tiene su música representativa que perdura en le memoria de generaciones y levanta la moral de los hombres con decoro si su texto es de significado patriótico y político.

(2012, 06). Historia De La Música Latinoamericana. BuenasTareas.com. Recuperado 06, 2012, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Historia-De-La-Musica-Latinoamericana/4651020.htm>

Según Isabel, María (2013) “Es un medio de expresión y un vínculo idóneo para agrupar las masas y ampliar su universo cultural. En Cuba desde el siglo XIX siempre estuvo presente la música con una ética revolucionaria en todas las etapas acompañando al pueblo por toda su historia con un conjunto de valoraciones generales que agrupó a cada una de las sociedades que nos antecedieron hasta llegar al Movimiento de la Nueva Trova que expresa todo un sentimiento patriótico de la Cuba Revolucionaria”⁵

Otra parte la historia pero ya a nivel general que abarca a varios países de América Latina y en épocas más cercanas señala “La década de 1960 marcó para América Latina una época de inmensa creatividad, unificación emotiva y difusión internacional en la música, la poesía, la pintura y, sobre todo, en la literatura. Un gran número de jóvenes en todo el continente cantaban al ritmo de movimientos musicales como la Tropicalía en Brasil, la canción de Protesta sudamericana y la Nueva Trova cubana, simpatizaban con grupos de izquierda en sus países, y participaban en movimientos poéticos de vanguardia similares al Beatnik norteamericano. Había un espíritu de unificación en torno al ideal de construir modelos sociopolíticos que beneficiaran a la mayoría de la población y no solamente a la élite,

Y una voluntad de re-conocer la identidad común que presuntamente compartían los pueblos latinoamericanos. Pero, ante todo, se leían con admiración las

⁵ Isabel, María. (2013, abril). La música en Cuba y sus valores socio-culturales: vigencia y actualidad. Revista Caribeña de Ciencias Sociales. Recuperado de <http://caribeña.eumed.net/musica-cuba-valores-socio-culturales/>

novelas que desarrollaban estos ideales en una narrativa novedosa, vibrante y crítica que hacía que los latinoamericanos se

Sintieran modernos y al mismo tiempo profundamente diferentes de la modernidad europea.

3.2 Justificación Metodológicas

Primero tomaremos en cuenta realizar un plan de factibilidad para analizar la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas.

Anzola Rojas nos afirma: “que un flujo integral sobre el plan de factibilidad nos dan una idea primaria básica y amplia, hacia donde nos encaminamos y nos ayuda a sensibilizarnos dentro del ambiente interno y externo de un sinnúmero de actividades principales que se deben tomar en cuenta en el mundo de las empresas” (P.4).

Esta se llevará a cabo mediante un plan de negocios el cual ayudará a que el proyecto se haga realidad, sabiendo que éste será una guía para hacer de manera correcta todos los procesos y actividades que llevemos a cabo, con el fin de que la elaboración de la empresa se haga con eficiencia y calidad.

El plan de negocios nos ayudará a saber si estamos llevando las pautas ya trazadas de manera correcta y sino darle seguimiento y modificar fallas para evitar errores y reducir costos y seguir dando seguimiento a lo ya planeado.

González Salazar nos aclara: “El plan de negocio no es un documento estático;

por el contrario se trata de un plan dinámico, cambiante y adaptable que se renueva de manera forzosa con el tiempo, de acuerdo con la respuestas y resultados que se obtienen” (P.18).

3.3 Justificación Práctica

La creación de una empresa dedicada a la enseñanza de bailes en nuestro país puede fomentar de forma directa al turismo, fortaleciendo más nuestra cultura y organizar actividades familiares, culturales y teatrales en base al baile la cual conjunta con el ministerio de cultura del país se puede proyectar a los jóvenes de la calle y aportar un granito de arena para la prevención de la delincuencia en nuestro país.

IV. Tipo de Investigación

El tipo de investigación a realizar es explicativa y documental porque buscaremos y nos documentaremos sobre las razones por las cuales nos reflejen los resultados de que la empresa de enseñanza de bailes modernos llegue hacer un negocio rentable y que contribuya a la cultura y al turismo de nuestro país enalteciendo nuestros ritmos musicales como fortaleza cultural.

El método inductivo es el más favorable para utilizar porque por medio a este se emite el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones.

V. Marco de Referencias

5.1 Marco Teórica

Al momento de crear una empresa el primer paso que debemos de tomar en cuenta es la idea del negocio que quieres emprender, puede ser algo por el cual estés trabajando o tengas muchos conocimiento en el esa área y desees emprender en tu propio negocio con esa idea, uno de los casos fue un trabajo de grado escrito por Rosario Marina Brugar Marte con “Diseño y creación de una empresa virtual dedicada al alquiler de juegos de video, caso: Gravity Video Games”. La cual conocía y manejaba este tipo de mercado y se lanzó a emprender.

En otra vertiente hay que determinar si existe o no a la idea que desees implementar. Aunque si existe como el caso de Clara Ivette Santana Martínez en su trabajo de grado “Creación de una empresa renovadora de celulares” que perfecciono e implemento una innovación en una simple empresa de celulares a una empresa renovadora de celulares la cual aparte de vender también tendrá el plus de renovarlos.

La empresa de escuela de danza moderno en república dominicana son muy escasas y no tienes objetivos específicos ni una visión de hacia dónde quiere llegar, este tipo de empresa dedicada al arte de la danza necesita una gran fuerza de creatividad y motivación para brindar algo genuino y diferentes a nuestro clientes potenciales. La creación de una escuela de danza moderna

surge por el poco desarrollo a la perfección de los estilos y las técnicas de bailes a nivel social.

5.2 Marco Conceptual

5.2.1 Plan excelencia

Es una forma de aprovechar, a través del trabajo en equipo o de la iniciativa individual, todo el potencial creativo de quienes hacen un trabajo, generando una mayor participación y rendimiento adicionales, para todos los participantes.⁶

5.2.2 Empresa

Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.⁷

5.2.3 Baile de Salón

Los bailes de salón incluyen en su repertorio numerosos bailes de origen latino. Bailes como la rumba, el mambo, el chachachá, la samba, el tango y el paso doble se adaptaron al estilo Ballroom. Y se convirtieron en bailes de salón muy populares.

Hoy en día, estos bailes de salón de origen latino se enseñan en las escuelas de Ballroom y se incluyen en las competiciones de bailes de salón. Como bailes de

⁶ Anzola Rojas, S. (ed.). (2005). De la idea a tu empresa. México, D.F: Edicusa

⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

salón, estos bailes latinos conservan algunas cualidades en sus movimientos, pasos o ritmos. Pero también se bailan de una manera más estilizada.⁸

5.2.4 Salsa

La salsa es un término de origen difuso que surgió y se hizo popular en Nueva York en la década de 1960. Que ha sido polémico desde entonces. Para algunos, la salsa es más que una comercialización para manejar la música afro-cubana, actualizado y reinterpretada por los latinos en Nueva York. Otros escuchar como un distintivo de Nueva York al estilo del Caribe, destacando el sonido más arenosa y el PAN elementos latinos (por ejemplo: Puerto Rico, Panamá y la República Dominicana, así como Afro-Cuban), junto con R & B e influencias jazz.⁹

5.2.5 Merengue

Si bien hay danzas de nombre similar en otros países, el merengue, un rápido ritmo de música baila en un denso paso, es el baile nacional de la República Dominicana. Tradiciones nacidas en el campo dominicano en el siglo 19 africanos y europeos, el merengue fue desempeñado tradicionalmente por pequeños grupos con el acordeón, el güiro (raspador de metal) y de dos cabezas tambora. Se hizo muy popular en la década de 1980 interpretado por bronce, grandes bandas como las orquestas.¹⁰

⁸ <http://baile.about.com/od/Otros-bailes-laitnos/tp/6-Bailes-De-Sal-On-De-Origen-Latino.htm>

⁹ <http://latinoamericanamusicalatina.blogspot.com/>

¹⁰ <http://latinoamericanamusicalatina.blogspot.com/>

5.2.6 Bachata

La bachata es un baile que se baila al ritmo del género musical que lleva su mismo nombre. Es un baile sensual, romántico y rítmico que casi siempre se baila en pareja. De origen dominicano, la bachata es uno de los bailes latinos y ritmos tropicales más populares a nivel internacional.

La bachata es descendiente del bolero, en especial el bolero más rítmico. También la música de bachata tiene influencias de otros géneros musicales, como el merengue, el son y el chachachá.

5.2.7 Ritmos

El ritmo puede definirse como la combinación armoniosa de sonidos, voces o palabras, que incluyen las pausas, los silencios y los cortes necesarios para que resulte grato a los sentidos.

El ritmo en caso de la música es la proporción existente entre el tiempo de un movimiento y el de otro diferente. La organización de los compases, los pulsos y los acentos determinan la forma en la cual el oyente percibe el ritmo y, por lo tanto, la estructura de la obra.¹¹

5.2.8 Turismo

Consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período mínimo de un pernocte (una noche de

¹¹ <http://definicion.de/ritmo/>

estadía como unidad) y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos.¹²

VI. Marco Espacial y Temporal

El periodo seleccionado es 2015 en la provincia de Santo Domingo, República Dominicana. Trabajando en sus inicios con todo los procesos y estudio correspondientes para creación de la empresa.

VII. Procedimientos y Técnicas

Los procedimientos y técnicas a utilizar para la recopilación de datos para realizar una investigación completa para que nos pueda dar una verdadera respuesta para la creación de la empresa definida. Son las siguientes.

7.1.1 Entrevistas

Se entrevista a personas que ocupan puestos clave dentro de la cadena de valor, para obtener información sobre las necesidades de todos los eslabones de la cadena.

La entrevista en profundidad es el tipo más habitual de estudios de mercado cualitativos, consiste en una entrevista extensa con un experto en el tema de estudio, se trata de conseguir información de calidad sobre el sector en el que llevamos a cabo el estudio.¹³

¹² <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

¹³ http://www.microresearch.es/microresearch_cualitativos_entrevista_profundidad.html

7.1.2 Encuestas

Una encuesta es un procedimiento de investigación, dentro de los diseños de investigación descriptivos (no experimentales) en el que el investigador busca recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado o una entrevista a alguien, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, integrada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, ideas, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación. ¹⁴

7.1.3 Fuentes

Fuente es el origen de una información para una investigación, entre ellas: libros, revistas, enciclopedias, videos, páginas web, entre otras.

La fuente a utilizar en esta investigación es de carácter primario y secundario porque se obtendrá información de personas, bibliotecas, bases de datos, internet, entre otras. El alcance de la información va a ser especializada, la razón es que va dirigida a personas con la iniciativa de crear empresa de bailes modernos en el país.

¹⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>

VIII. Bibliografía

- The free dictionary by farlex. (2005) Collins Spanish dictionary. Complete and Unabridged. HarperCollins Publishers. Recuperado <http://es.thefreedictionary.com/baile>.
- <http://baile.about.com/od/Otros-bailes-latinos/tp/6-Bailes-De-Sal-On-De-Origen-Latino.htm>
- Anzola Rojas, S. (ed.). (2005). De la idea a tu empresa. México, D.F: Edicus a
- (2012, 06). Historia de la música latinoamericana. Recuperado de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Historia-De-La-Musica-Latinoamericana/4651020.html>
- Isabel, María. (2013, abril). La música en cuba y sus valores socio-culturales : vigencia y actualidad. Revista Caribeña de Ciencias Sociales. Recuperado de <http://caribeña.eumed.net/musica-cuba-valores-socio-culturales/>
- Blanchar, Clara. (2014). "La empresa más antigua de España" (la papelera J . Vilaseca de Capellades), recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
- Gonzales Salazar M., Diana (2007). Plan de negocios para emprendedores al éxito. Álvaro Obregón. México, D.F. McGraw-Hill.
- Santana Martínez, Clara Ivette. (8n0op2005). Creación de una empresa renovadora de celulares. Universidad Apec. Rep. Dom.
- Brugal Marte, Rosario Marina, (2005). Diseño y creación de una empresa virtual dedicada al alquiler de juegos de video, caso: Gravity Video. Universidad Apec Rep. Dom.
- Danza en la red (2014) El origen de los ritmos y la danza latino americana. MONTENEGRO_JUEGOS DE COMUNICACIÓN. México. Recuperado de <http://www.danzaenred.com/articulo/el-origen-de-los-ritmos-y-la-danza-latinoamericana#.VNYKkE05Dcs>.

IX. Tabla de Contenido

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

1.0 MARCO GENERAL

1.1 Resumen ejecutivo

1.2 Definición de proyecto

1.3 Definición del equipo Emprendedor

1.4 Visión

1.5 Misión

1.6 Naturaleza del negocio

1.7 Filosofía – Valores y cultura

2.0 ANALISIS DEL ENTORNO

2.1 Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas

2.2 Macro Entorno social, político, económico y tecnológico

2.3 Tendencias

2.4 el Mercado

2.5 Consumidores

2.6 Competencia

2.7 Grupos Objetivos

2.8 Perfil del Consumidor

2.9 Perfil de Clientes

2.10 Proveedores

3.0 ANALISIS COMPARATIVO

- 3.1 Análisis FODA
- 3.2 Recursos y Capacidades
- 3.3 Factores Críticos del Éxito
- 3.4 Análisis PORTER

3 OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

4 ESTRATEGIAS GENERALES

6.0 PLANES OPERATIVOS

- 6.1 Mercadeo
- 6.2 Ventas
- 6.3 Organizacional
- 6.4 Investigación y desarrollo
- 6.5 Operación y Logística
- 6.6 Administración y Finanzas

7.0 Evaluación Financiera

- 7.1 Flujo de Efectivo (Ingresos, costos, egresos)
- 7.2 Inversiones
- 7.3 Sensibilizaciones
- 7.4 Calculo de Van, Tir y otros Indicadores Financieros
- 7.5 Requerimientos de Fondos de Inversión
- 7.6 Estrategias de Búsqueda de Financiamiento

8.0 Anexos

8.1 Organigrama

8.2 Modelo de Negocios

8.3 Flujo

8.4 Otros anexos

II. Formulario de encuesta

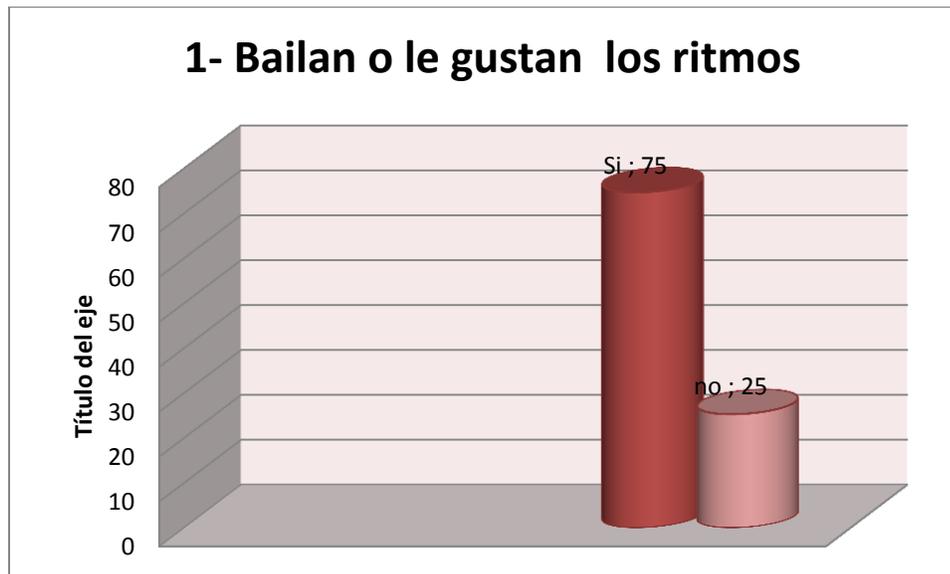
| FORMULARIO DE RECOLECCION DE DATOS | | Fecha <input type="text"/> | | | | | |
|--|---|--|----|-----------------------------------|----------------|------------------|-----------------|
| Escuela de bailes modernos Investigación de Mercados | |  | | | | | |
| Encuestador : <input type="text"/> Sector: <input type="text"/> | | | | | | | |
| # | Preguntas | Respuestas | | | | | |
| 1 | Sabe bailar o le gustan los ritmos latinos | SI | NO | Cuales : Salsa, merengue, Bachata | | | |
| | <i>si la respuesta es si continua con la siguiente pregunta</i> | <i>(si es Si, diga las opciones de la derecha)</i> | | | | | |
| 2 | Le gustaría aprender o modernizarlo | SI | NO | | | | |
| | <i>Si la respuesta Es si continúe, si no finalice la encuesta</i> | | | | | | |
| 3 | Le gustaría inscribirse en una escuela de bailes latinos | SI | NO | | | | |
| | <i>si la respuesta Es No finalice la encuesta</i> | | | | | | |
| 4 | Cuál ritmos le gustaría aprender | | | Salsa | Folklor | Merengue | Bachata |
| 5 | Cómo le gustaría tomar las clase | | | Grupal | Particular | Solo taller | |
| 6 | Esta laborando actualmente | SI | NO | | | | |
| 7 | Cuáles días le gustaría tomar clases | | | solo los sabados | 2-veces semana | 1-vez por semana | finde de semana |
| 8 | Cuanto está dispuesto a pagar | | | 1000 a 1500 | 1500 a 2000 | 2000 en adelante | |
| 9 | En que tanda le conviene tomar las clase | | | Mañana | Tarde | Noche | |
| 10 | Llevaría su propia pareja | SI | NO | | | | |
| 11 | De los siguientes factores cual tomaría en cuenta al momento de inscribirse en una escuela de baile | | | Profesora | Estructura | Servicio | |
| Sexo | | F | M | 10 a 19 | 20 a 29 | 30 a 39 | 40 en adelante |
| Edad | | | | | | | |
| Encuestado # | | _____ | | | | | |
| | | <i>Muchas Gracias por su tiempo</i> | | | | | |

I. Resultado de encuesta

TABLA I

1- ¿Sabe bailar o le gusta los ritmos latinos?

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|--|-------------------------|-----------------|------------|
| | Si | 75 | 310 |
| | no | 25 | 105 |
| | Total de muestra | 100 | 415 |

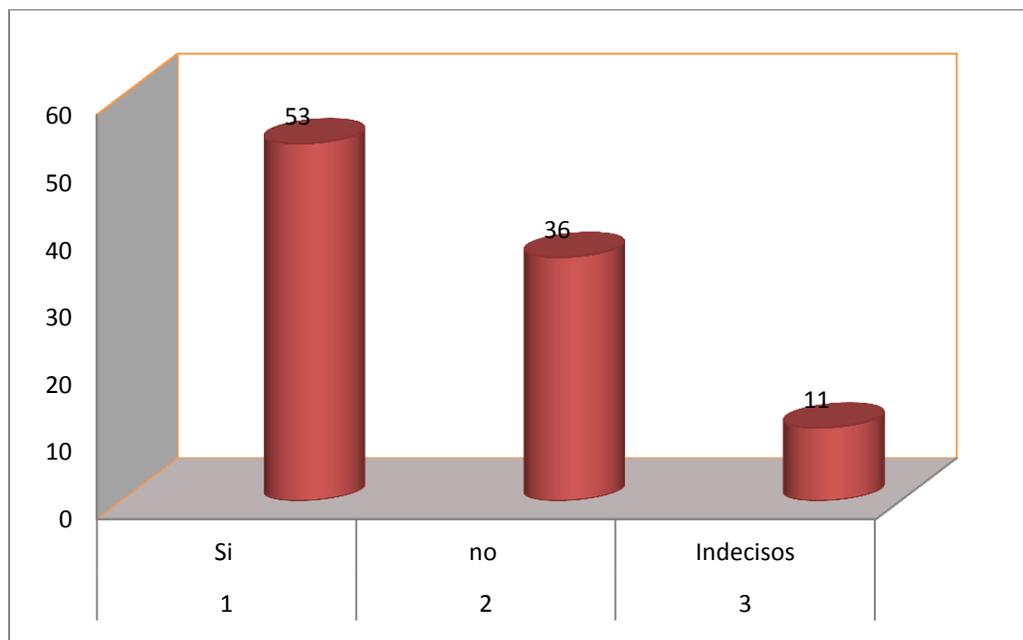


Análisis: De acuerdo a los datos arrojados en la tabla de la encuesta N°1 se puede determinar que en un alto porcentaje de 75% de una población de 415 personas de las entrevistadas le gustan o bailan los ritmos latinos y un 25% de los entrevistados que de la población que no saben bailar o no le gusta la música latina.

TABLA II

2- ¿Le gustaría aprender o modernizar sus pasos?

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|-------------|-----------------|------------|
| 1 | Si | 53 | 220 |
| 2 | no | 36 | 150 |
| 3 | Indecisos | 11 | 45 |
| Total de muestra | | 100 | 415 |

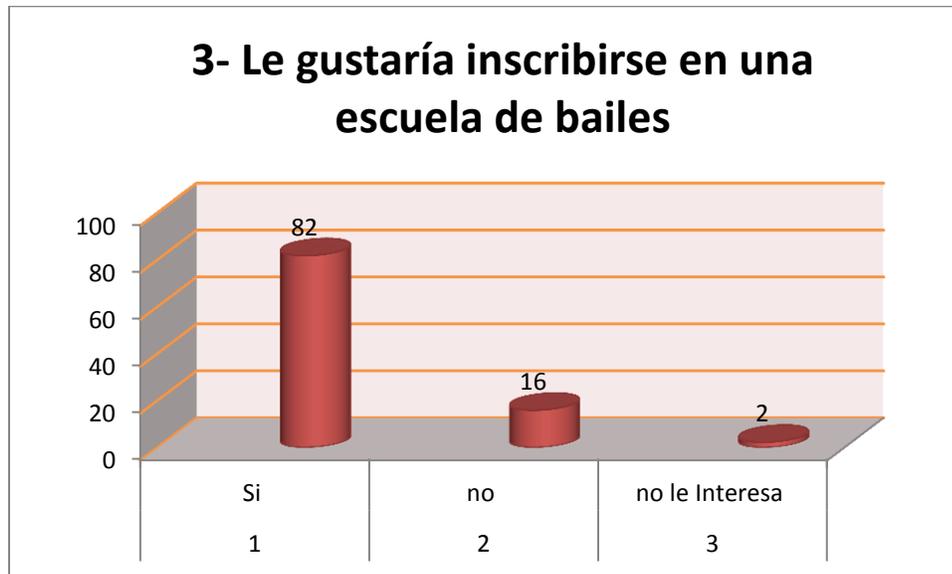


Análisis: Según los datos arrojados en la tabla N°2 el mayor porcentaje de la población le interesa aprender o modernizar sus pasos de bailes, a un 36% no le gustaría y un 11 % están indecisos. Según la formulación de la encuesta a lo que no le interesa o están indecisos se deja fuera de la frecuencia y se les agradece su tiempo.

TABLA III

3- ¿Le gustaría inscribirse en una escuela de bailes latinos?

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|----------------|-----------------|------------|
| 1 | Si | 82 | 180 |
| 2 | no | 16 | 35 |
| 3 | no le Interesa | 2 | 5 |
| Total de muestra | | 100 | 220 |

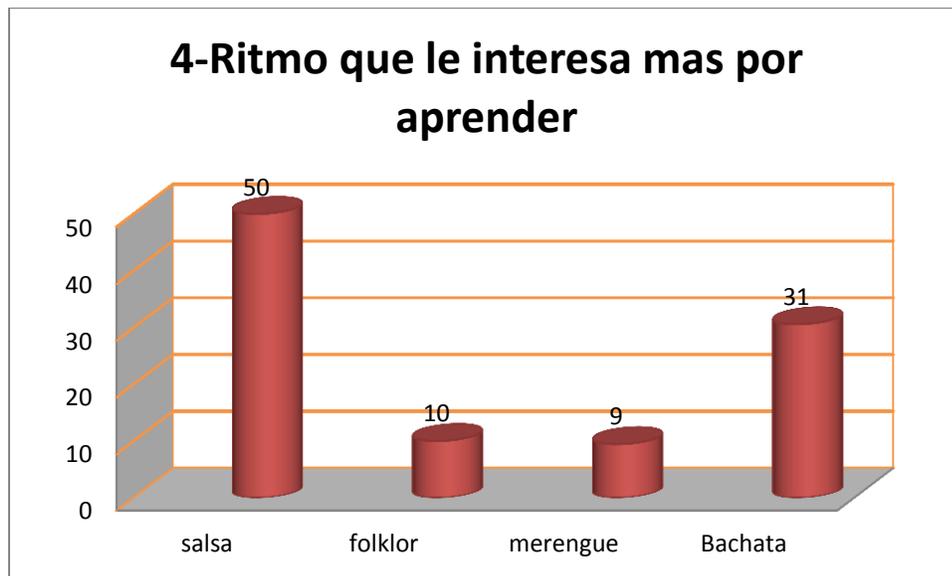


Análisis: De los 220 de la población que si le interesaba aprender o modernizar sus pasos de baile el 82% que equivale a 180 personas si le gustaría inscribirse en una escuela de baile moderno. La cual a un 16% no le gustaría y un 2% no le interesa. Según la formulación el porcentaje de personas que no le gustaría ni le interesa se dejan fuera del estudio de mercado.

TABLA IV

4- ¿Cuál ritmos le gustaría aprender?

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|-------------|-----------------|------------|
| 1 | salsa | 50 | 90 |
| 2 | folklor | 10 | 18 |
| 3 | merengue | 9 | 17 |
| 4 | Bachata | 31 | 55 |
| Total de muestra | | 100 | 180 |

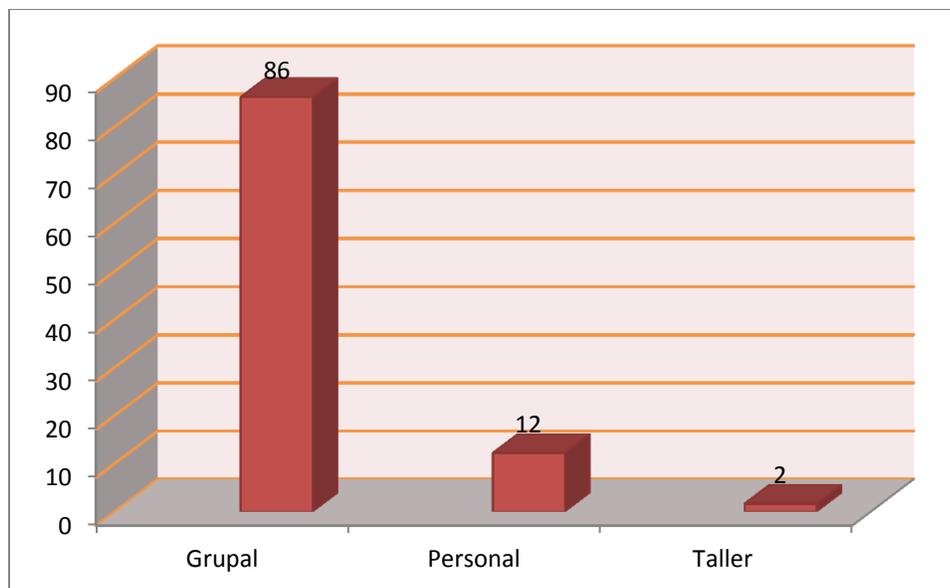


Análisis: ya con una población establecida 180 personas interesadas en la escuela de bailes modernos este fue el resultado arrojado en base al ritmo que le interesa el cual la salsa esta un 50% de los interesados, después la bachata con un 31% y le sigue el folklor con un 10% y de ultimo el merengue con un 9% de acuerdo a los datos de la tabla N^o4.

TABLA V

5- ¿Cómo le gustaría tomar las clases?

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|-------------|-----------------|------------|
| 1 | Grupal | 86 | 155 |
| 2 | Personal | 12 | 22 |
| 3 | Taller | 2 | 3 |
| Total de muestra | | 100 | 180 |

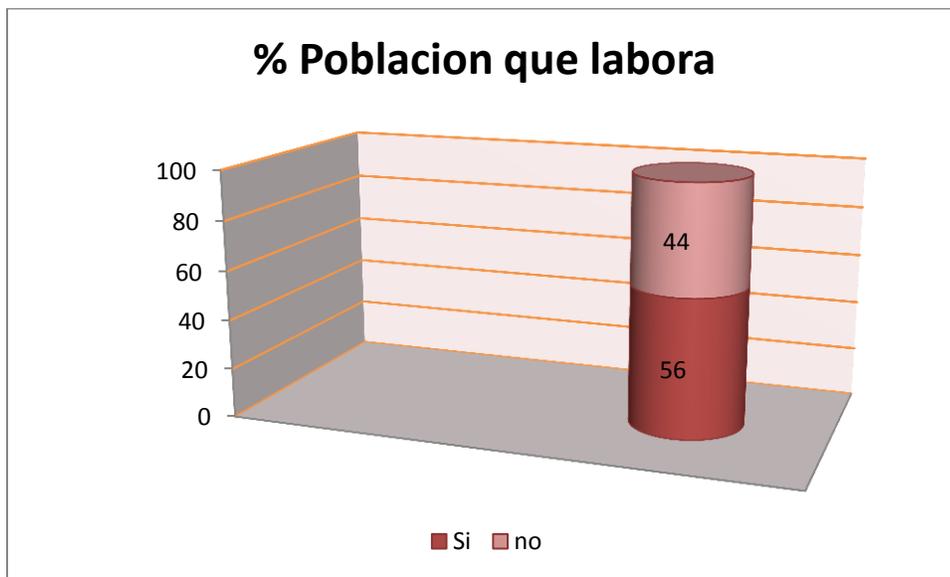


Análisis: De acuerdo a los datos arrojados en la tabla N^o5 se puede determinar que un 86% de la población entrevistada le gustaría tomar clases de forma grupal, mientras que un 12% le interesa personal y un 2% solo los talleres de bailes.

TABLA VI

6- ¿Está laborando actualmente?

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|-------------|-----------------|------------|
| 1 | Si | 56 | 101 |
| 2 | no | 44 | 79 |
| Total de muestra | | 100 | 180 |

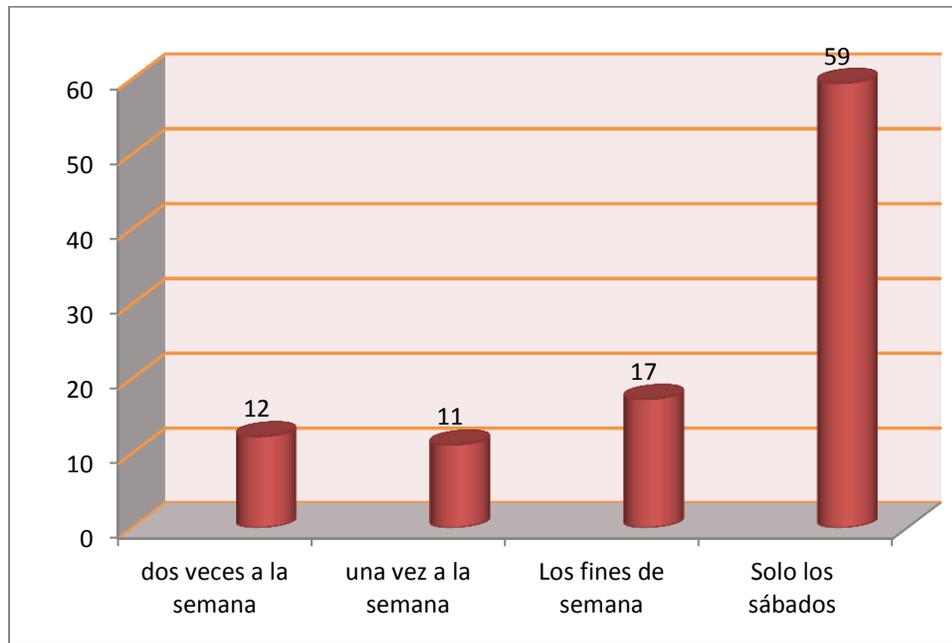


Análisis: de acuerdo a los datos arrojados en la tabla N°6, el 56% de nuestra población trabaja y el 44% no.

TABLA VII

7- ¿cuáles días le gustaría tomar clases?

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|-----------------------|-----------------|------------|
| 1 | dos veces a la semana | 12 | 22 |
| 2 | una vez a la semana | 11 | 20 |
| 3 | Los fines de semana | 17 | 31 |
| 4 | Solo los sábados | 59 | 107 |
| Total de muestra | | 100 | 180 |

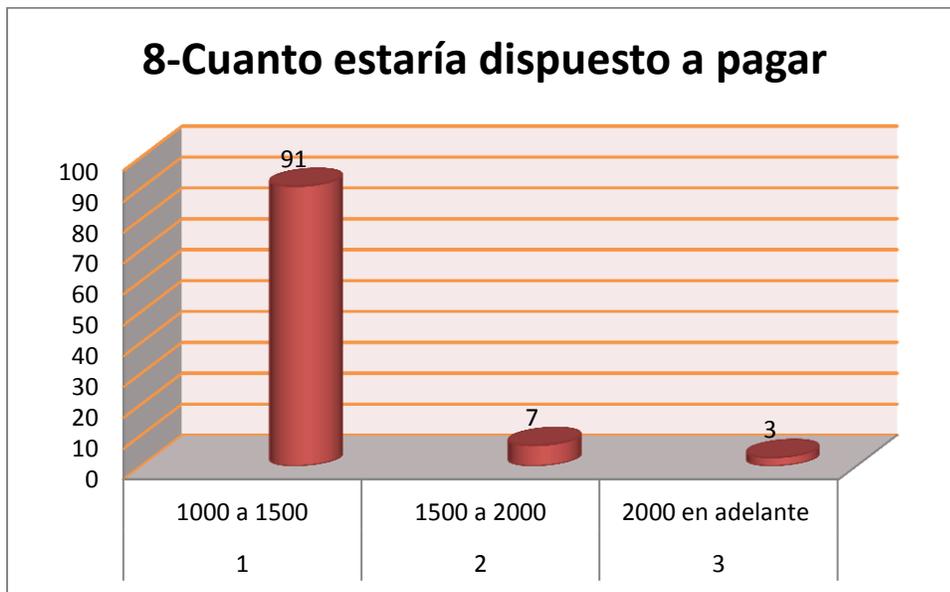


Análisis: Los datos arrojados en la tabla N°7 se puede determinar que el 59% de nuestra población le gustaría tomar sus clases los sábados un 17 % los fines de semana un 11% solo una vez a la semana y un 12 % le interesa dos veces por semana

TABLA VIII

8- ¿Cuánto está dispuesto a pagar?

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|------------------|-----------------|------------|
| 1 | 1000 a 1500 | 91 | 163 |
| 2 | 1500 a 2000 | 7 | 12 |
| 3 | 2000 en adelante | 3 | 5 |
| Total de muestra | | 100 | 180 |

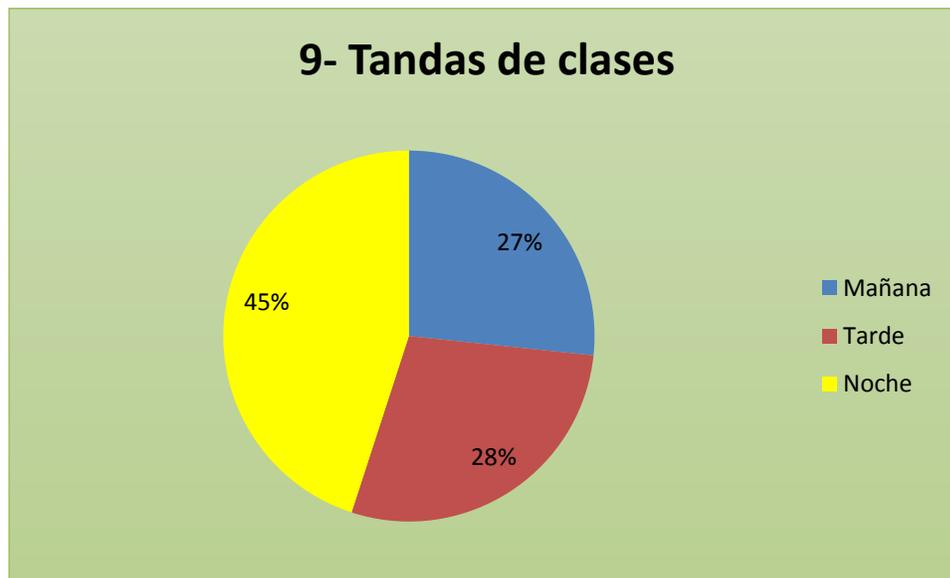


Análisis: Como se puede observar en el gráfico N°9 el 91% de nuestra población estaría dispuesto a pagar una suma que este entre los 1000 a 1500 pesos mensuales por las clase de baile. Un 7% es de 1500 a 2000 y un 3% pagaría 2000 pesos en adelante.

TABLA IX

9- ¿En que tanda le conviene tomar las clase?

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|-------------|-----------------|------------|
| 1 | Mañana | 27 | 48 |
| 2 | Tarde | 28 | 51 |
| 3 | Noche | 45 | 81 |
| Total de muestra | | 100 | 180 |

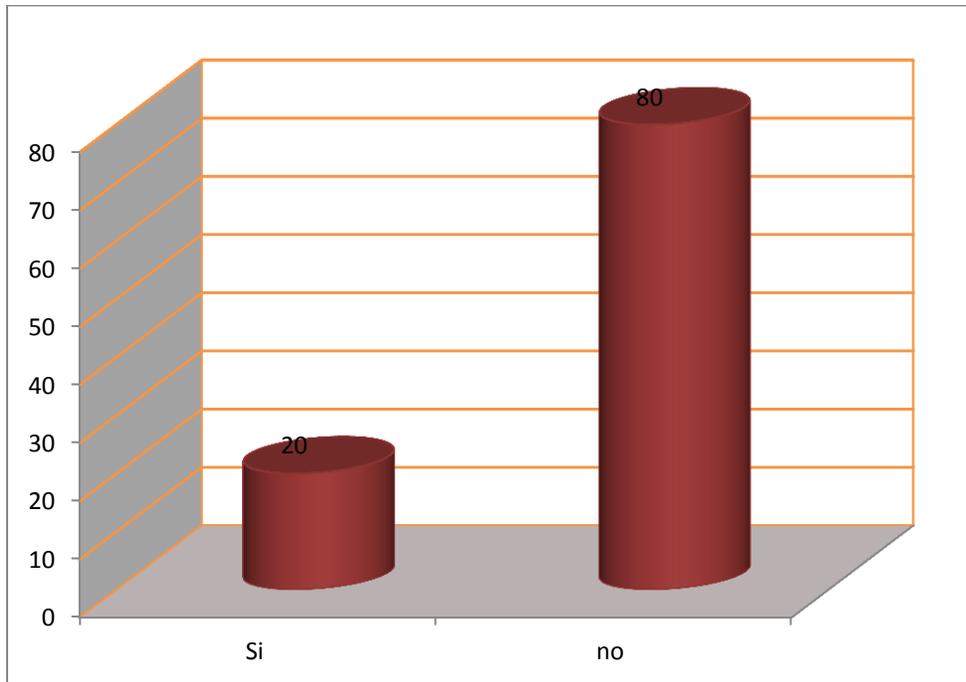


Análisis: De acuerdo a los datos arrojado en el siguiente gráfico de la tabla N°9, nos indica que el 45% de nuestra población entrevista le gustaría tomar clase en horarios de la mañana, mientras que el 28% de los encuestados decidieron la tarde y el otro 27% las tomaría en la noche según su tiempo libres.

TABLA X

10- ¿Llevaría su propia pareja de baile?

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|-------------|-----------------|------------|
| 1 | Si | 20 | 36 |
| 2 | no | 80 | 144 |
| Total de muestra | | 100 | 180 |

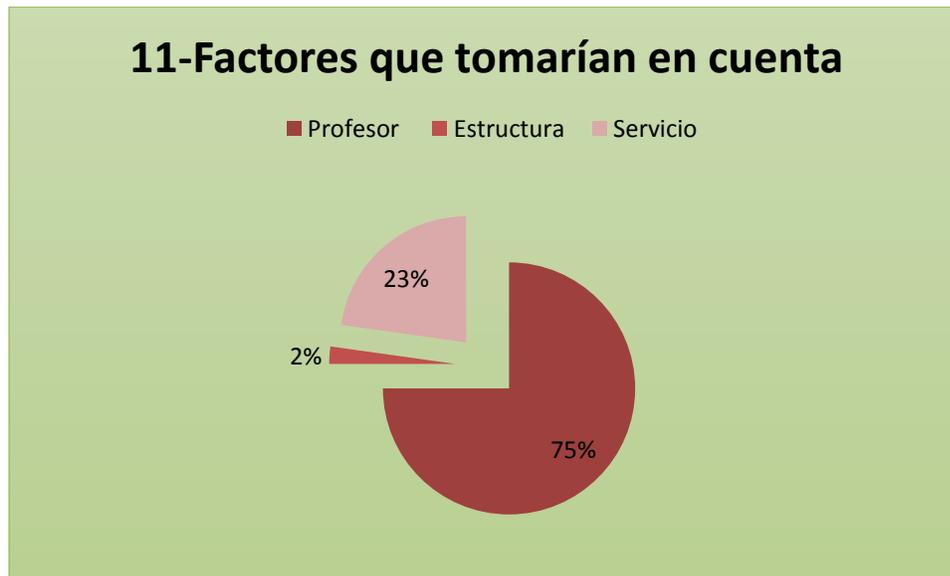


Análisis: Según lo observado en la el grafico de la tabla N°10, el 80% de nuestros clientes no tendrán la disponibilidad de llevar a su pareja de baile y el 20% si llevarían a una pareja para la escuela.

TABLA XI

11-¿De los siguientes factores cual tomaría en cuenta al momento de inscribirse en una escuela de baile?

| | Descripción | % de frecuencia | Frecuencia |
|-------------------------|-------------|-----------------|------------|
| 1 | Profesor | 75 | 135 |
| 2 | Estructura | 2 | 4 |
| 3 | Servicio | 23 | 41 |
| Total de muestra | | 100 | 180 |



Análisis: Como muestra en el gráfico de la tabla N°11 la mayor parte de nuestra población encuestada tomaría mas en cuenta la calidad de los profesores, en cambio un 23% tomaría en cuenta el servicio brindado y el 2% a la estructura del local.

8.4.3 Cuadro de análisis económico y Financiero

I. Cuadro de inversiones

| Calculos de inversiones | % | |
|-----------------------------|------------|------------------------|
| pago publicidad y promocion | 13 | \$ 261,000.00 |
| equipos | 17 | \$ 338,612.94 |
| Gastos legales | 1 | \$ 20,000.00 |
| pago nomina | 8 | \$ 152,000.00 |
| mantenimiento | 10 | \$ 190,000.00 |
| Local | 3 | \$ 60,000.00 |
| Vehiculo perifoneo | 11 | \$ 225,000.00 |
| gastos generales | 9 | \$ 172,500.00 |
| contratos de depositos | 9 | \$ 180,000.00 |
| Gastos de innaguracion | 9 | \$ 188,387.06 |
| Pagos de serenos | 2 | \$ 43,000.00 |
| Otros Gastos | 8 | \$ 157,000.00 |
| | 100 | \$ 1,987,500.00 |

II. Cuadro de gastos fijos y variables

| Gastos Generales | | Publicidad Y Promosion | | Equipos | |
|--------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|
| Pago de luz | \$45,000.00 | brochur | 45000 | equipos de ofinas | 65000 |
| Pago tel | \$23,000.00 | volante | 27500 | muebles de oficinas | 89542.94 |
| Celulares | \$9,500.00 | afiches | 37500 | Equipos E instal Musica | 115000 |
| Material Gastable | \$15,000.00 | anuncios radiales | 52500 | planta | 69070 |
| Coffe break | \$20,000.00 | prensa | 31000 | | |
| Gastos Administrat | \$50,000.00 | pagina web | 55000 | | |
| Agua | \$10,000.00 | Tarjetas de resentacion | 12500 | | |
| Total | \$ 172,500.00 | Total | \$ 261,000.00 | Total | \$ 338,612.94 |

III. Flujo de efectivo

| Flujo De efectivo | | | | | |
|-------------------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|
| PERIODO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Efectivo Inicial | \$1,700,000.00 | \$100,000.00 | \$50,000.00 | \$150,000.00 | -\$50,000.00 |
| Mas | | | | | |
| Ingresos | \$2,430,000.00 | \$2,551,500.00 | \$2,679,075.00 | \$2,813,028.75 | \$2,953,680.19 |
| Total de Ingresos | \$4,130,000.00 | \$2,651,500.00 | \$2,729,075.00 | \$2,963,028.75 | \$2,903,680.19 |
| Menos Egresos | | | | | |
| pago publicidad y promoción | \$261,000.00 | \$274,050.00 | \$287,752.50 | \$302,140.13 | \$317,247.13 |
| equipos | \$338,612.94 | \$355,543.59 | \$373,320.77 | \$391,986.80 | \$411,586.14 |
| pago nomina | \$184,500.00 | \$193,725.00 | \$203,411.25 | \$213,581.81 | \$224,260.90 |
| mantenimiento | \$190,000.00 | \$199,500.00 | \$209,475.00 | \$219,948.75 | \$230,946.19 |
| gastos generales | \$172,500.00 | \$181,125.00 | \$190,181.25 | \$199,690.31 | \$209,674.83 |
| contratos de depósitos | \$180,000.00 | \$189,000.00 | \$198,450.00 | \$208,372.50 | \$218,791.13 |
| Local | \$60,000.00 | \$63,000.00 | \$66,150.00 | \$69,457.50 | \$72,930.38 |
| vehículos | \$225,000.00 | \$236,250.00 | \$248,062.50 | \$260,465.63 | \$273,488.91 |
| Total de Egresos | \$ 1,611,612.94 | \$1,692,193.59 | \$1,776,803.27 | \$1,865,643.43 | \$1,958,925.60 |
| Efectivo al final de periodo | \$ 2,518,387.06 | \$ 959,306.41 | \$ 952,271.73 | \$ 1,097,385.32 | \$ 944,754.59 |

IV. Nómina

| NOMINA ESCUELA DE DANZA | | | | | |
|-----------------------------|--------|--|-------------|------------|----------------------|
| Nº | Nombre | Cargo | Horas trab. | Horario | Sueldo |
| área Administrativa | | | | | |
| 1 *** | | Encargado de la escuela | 8 horas | 9am a 5 pm | \$ 20,000.00 |
| 2 *** | | Secretaria | 8 horas | 9am a 5 pm | \$ 9,000.00 |
| Total | | | | | \$ 29,000.00 |
| área Mando medios | | | | | |
| 1 | | Encargado de operaciones | 8 horas | 9am a 5 pm | \$ 23,500.00 |
| 2 | | Iguala contable | 8 horas | 9am a 5 pm | \$ 6,500.00 |
| 3 | | Encargado de cobros | 8 horas | 9am a 5 pm | \$ 13,500.00 |
| Total | | | | | \$ 43,500.00 |
| área de Ventas | | | | | |
| 1 | | Vendedor Cafetería (mañana) 1 | 6 horas | 9am a 2pm | \$ 8,000.00 |
| 2 | | Vendedor Cafetería (tarde y noche) 2 | 8 horas | 2pm a 9pm | \$ 12,000.00 |
| 3 | | Vendedor tienda | 11 horas | 9am a 7pm | \$ 12,500.00 |
| Totales | | | | | \$ 32,500.00 |
| área de Enseñanza | | | | | |
| 1 *** | | Profesor Matutino | 4 horas | 9am a 12m | \$ 12,000.00 |
| 2 *** | | ayudante prof. | 4 horas | 9am a 12m | \$ 7,000.00 |
| 3 *** | | Profesor Diurno | 6 horas | 12m a 6 pm | \$ 16,000.00 |
| 4 *** | | Profesor Nocturno | 4 horas | 6pm a 9pm | \$ 12,000.00 |
| Total | | | | | \$ 47,000.00 |
| Total Nómina Mensual | | | | | \$ 152,000.00 |

V. Cotizaciones y equipos

Planta Eléctrica 6.0 kw Marca Nipodenso, Diesel, 60hz, 120/240V,

Generador Monofásico. SILENCIOSA.

El mejor rendimiento del mercado ! ! ! !. Con consumo de 4Hrs de funcionamiento por cada galón de combustible.

INCLUYENDO LOS SIGUIENTES EQUIPOS:

MOTOR TYPE Yanmar, 1 cilindro, 3,600Rmp, Enfriada por Aire.

GENERADOR NIPODENSO.

-

PANEL DIGITAL DE PROTECCIONES Y CONTROLES PARA PARADAS DE EMERGENCIA:

-

Para aumentar la confiabilidad y seguridad del equipo y la carga, el control cuenta con protecciones que se activan automáticamente para proteger el equipo contra:

- Baja presión de aceite
- Falla del sensor de la frecuencia.
- Sobre velocidad
- Baja velocidad
- Alta frecuencia del generador
- Falla de arranque
- Alto voltage del generador
- Falla del sensor de presión de aceite
- Sobre Corrientes (*)
- Alto voltaje de batería (*)
- Bajo voltaje de baterías (*)
- Falla de paro (*)

- **PRECIO ESPECIAL POR MES DE DICIEMBRE: RD\$69,070.00**

- **Tamaño: Largo 36?, Alto 30?, Ancho 21?**

Ing. Jhodenis Aquino

Dma Energy Solutions

809-328-2316 / 809-359-5559

Garantía:

1 AÑO





M U E B L E S

OMAR[®]

COTIZACION

Cotización# 823074

RNC: 101049847
RNP: 1532

Page 1 of 1

Aviso Importante:

El transporte de las mercancías dentro de la Ciudad Metropolitana de Santo Domingo es gratis. Siempre y cuando el monto de la orden sea superior a los RD \$ 3,500.00. Para entregas en la zona oriental, zona norte, sur y oeste de Santo Domingo, consultar los límites en cada caso.

CLIENTE :

ENVIAR A:

Estos Precios pueden variar sin previo aviso

Vendedor : V.DIRECTAS

| Fecha Cotización | CLIENTE | VENDEDOR | CONDICIONES | LOC | ENTREGA | |
|------------------------|---|----------|-------------|---------|--------------------------|------------------|
| 13 de October del 2010 | 9999 | 01 | CONTADO | 04 | A acordar con el cliente | |
| CODIGO | DESCRIPCION DE ARTICULO | CANT. | PRECIO | % DESC. | SUB TOTAL | |
| 23193 | Sillon Secretaria,Boss mod:315 espaldar ergonomico tapizado en tela negro, B-315 Garantia de dos (2) anos | 5 | 2,600.00 | 10.00% | 11,700.00 | |
| 21727 | Silla Visita Prisma, s/hrz en tela negro,estructura plateada Espaldar plastico color gris con diseño perforado. Garantia un (1) año | 7 | 1,317.00 | 10.00% | 8,297.10 | |
| 17396 | Esc Modular metal,Linea PLUS 36 x 71 Tope ovaldo c/ cerezo estructura gris oscuro, diseño perforado rectangular Tope especial de 32 mm espesor calidad superior | 5 | 10,500.00 | 10.00% | 47,250.00 | |
| 17137 | Mesa de Conferenc. Ovalada de 48x96 base plateada Tope Haya Platinum Haya | 1 | 11,050.00 | 10.00% | 9,945.00 | |
| NOTAS : | | | | | Sub-Total : | 85,769.00 |
| | | | | | Descuento : | 8,576.90 |
| | | | | | Sub-Total : | 77,192.10 |
| | | | | | Ibtis : (16%) | 12,350.74 |
| | | | | | Total RD\$ PESOS | 89,542.84 |

NOTA : Por favor hacer sus cheques y ordenes de compra solo a nombre de " Muebles Omar S.A."
AL MOMENTO DE ENVIAR SUS ORDENES DE COMPRAS FAVOR DE ANEXAR LA COTIZACION, CON ESTO AGILIZAMOS LA ENTREGA DE SUS PEDIDOS. ***** NO ACEPTAMOS CHEQUES PERSONALES *****

Equipos para la oficina y sala de espera

- Mueble para oficina del encargado



\$ 4900

- Par de sillas para área de espera



\$4900

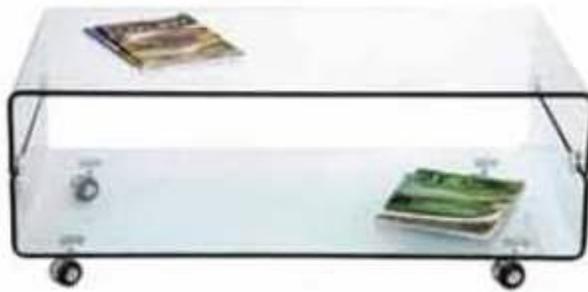


Infiniti s/b
Cod.: 23146, tela vino
23147, tela azul
23148, tela negro
23120, pielina
o tela especial

- **Silla del encargado**

\$ 4400

- **Mesa para sala de espera**



\$ 5200

- **Escritorio para encargado**



\$ 3 600

- Archivo para secretaria para guardar los registros



\$ 3900

- Cubiculo para area de contabilidad



\$ 10200

- **Cubiculo para la secretaria en recepcion**



\$6300

- **Silla de secretaria**



\$4200

VI. Otros

Planilla para evaluar el desempeño del profesor en la clase, para realizarse por los estudiantes para determinar el desempeño de los profesores en el salón

| Escuela de Danza | | FECHA | | | | |
|---|---|-------|---|---|---|-----|
| Evaluación de profesores | | | | | | |
| Elija una de las siguiente opciones del 1-5 | | | | | | |
| 1- Insatisfecho | | | | | | |
| 2-Satisfecho | | | | | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 5 |
| 1 | Sobre la forma de impartir la clase | | 1 | 2 | 3 | 4 5 |
| 2 | El trato del profesor | | 1 | 2 | 3 | 4 5 |
| 3 | El ambiente en el salón de baile fue de respeto | | 1 | 2 | 3 | 4 5 |
| 4 | Motivación del profesor | | 1 | 2 | 3 | 4 5 |
| 5 | Estado de los equipos y las diferentes áreas de las escuela | | 1 | 2 | 3 | 4 5 |
| Alguna observación aquí | | | | | | |
| | | | | | | |