

**Propuesta para la creación de Baluarte de la Champeta en Cartagena de indias.**

**Guardo Pereira Diana Marcela**

**Moreno Moreno Yainis Ingris**

**Reales Pardo Cindy Marcela**

**Fundación Universitaria Los Libertadores sede Cartagena de indias**

**Facultad de Ciencias Administrativas**

**Administración de Empresas a Distancia.**

**Cartagena de indias D.TyC.**

**2017**

**Propuesta para la creación de Baluarte de la Champeta en Cartagena de indias.**

**Guardo Pereira Diana Marcela**

**Moreno Moreno Yainis Ingris**

**Reales Pardo Cindy Marcela**

**Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas**

**Asesor**

**Guerrero Araujo Marcial Antonio**

**Fundación Universitaria Los Libertadores sede Cartagena de indias**

**Facultad de Ciencias Administrativas**

**Administración de Empresas a Distancia.**

**Cartagena de indias D.TyC.**

**2017**



**NOTA ACEPTACIÓN**

Nota Aceptación del trabajo de grado por parte del Presidente y Jurado.

---

Presidente

---

Jurado

---

Jurado

Cartagena de Indias D.T y C. Noviembre 2017.



### **Agradecimientos**

A Dios primeramente por permitir este logro en mi vida, porque me dio fuerzas, sabiduría y dirección en todo este proceso de formación.

Quiero agradecer a mis padres por su apoyo incondicional, amor y paciencia en todo momento, a mis hermanos, familiares y amigos por el entusiasmo y motivación a seguir adelante, agradecer sinceramente a aquellas personas que compartieron sus conocimientos con nosotras, para hacer posible el logro de esta carrera.

Gracias a mis compañeras por compartir esta experiencia tan maravillosa.

**-Diana Marcela Guardo Pereira.**



### **Agradecimientos**

Quiero agradecer a Dios por darme la sabiduría y la oportunidad de tener un excelente equipo de trabajo con el cual compartí innumerables experiencias que permitieron crecer de manera personal y profesional.

Quiero también agradecer a todas las personas que fueron un aliciente con sus palabras motivadoras, sus conocimientos, sus consejos y dedicación para la realización de este proyecto.

Muestro mis más sinceros agradecimientos a mi tutor de proyecto Marcial Guerrero, al profesor Rafael Flórez Gaitán y al pionero de la champeta Anne Swing; quienes con sus conocimientos teóricos y prácticos fueron pieza clave en el desarrollo de este proyecto.

Por último, quiero agradecer a mi talón de Aquiles, mi familia, en especial a mis padres, que quienes con sus consejos fueron el motor de arranque y mi constante motivación, muchas gracias por su paciencia y comprensión, y sobre todo por su amor.

¡Muchas gracias!

**-Yainis Ingris Moreno Moreno**



### **Agradecimientos**

En primera instancia quiero manifestar mi agradecimiento a Dios por permitir vivir este momento y cumplir mi sueño de ser profesional. Así mismo agradezco enormemente a mi valiosa madre y a mi esposo que siempre me han apoyado y han sido incondicional en todo momento de mi vida.

Extiendo mi agradecimiento a nuestro asesor Marcial Guerrero quien siempre estuvo dispuesto a asistirnos y compartir sus conocimientos con nosotras; a todos los docentes de la Fundación Universitaria Los Libertadores porque sin sus enseñanzas no sería lo que soy ahora; a mis estimadas amigas, socias y compañeras Diana Guardo y Yainis Moreno porque hemos hecho excelentes trabajos y éste en especial nos permitió acercarnos y compartir en otros escenarios. Finalmente muestro mi gratitud a todas aquellas personas que nos sirvieron y que de alguna manera agregaron elementos enriquecedores a Baluarte de la Champeta.

Mil, mil gracias a todos.

**-Cindy Marcela Reales Pardo.**



## Tabla de contenido

Lista de tablas.....	10
Lista de imágenes .....	11
Resumen.....	12
Abstract .....	13
Introducción .....	15
HISTORIA Y ANTECEDENTES DE LA CHAMPETA .....	17
Historia de la Champeta .....	17
Antecedentes.....	18
1.    MERCADEO .....	20
1.1.    INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	20
1.1.1    Análisis del sector .....	20
1.1.2    Análisis del Mercado.....	22
1.1.2.3 RESULTADO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS .....	28
1.1.3    Análisis del consumidor/ cliente.....	44
1.1.4    Análisis de la competencia. ....	46
1.2    ESTRATEGIA DE MERCADEO .....	50
1.2.1    Concepto de producto o servicio .....	50
1.2.2.    Marketing Mix.....	51
1.2.3    Proyección de ventas .....	57
2.    ANALISIS TECNICO - OPERATIVO .....	58
2.1.    EL PRODUCTO.....	58
2.1.1.    FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO.....	65
2.1.2.    Innovación .....	66
2.1.3.    Descripción del proceso .....	67
2.1.4.    Necesidades y requerimientos .....	71
2.1.5.    Presupuesto de producción .....	80
2.1.6.    Plan de compras.....	80
2.1.7.    Proveedores .....	85
3.    ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	90
3.1.    ORGANIZACIONAL .....	90
Ubicación geográfica tentativa de Baluarte de la Champeta: .....	90



Tamaño de la empresa .....	92
ESTUDIO SECTORIAL SEGÚN CLASIFICACION CIU .....	92
IDENTIDAD CORPORATIVA .....	94
3.1.1. Concepto del negocio – función empresarial. ....	96
3.1.2. Objetivos de la empresa .....	97
3.1.3. Análisis DOFA .....	99
3.1.4. Grupo emprendedor.....	101
3.1.5. Estructura organizacional .....	104
Manual De Funciones .....	104
3.1.6 Gastos de administración y nómina .....	125
3.2. LEGAL .....	126
3.2.1. Constitución Empresa y Aspectos Legales .....	126
4. FINANCIERO.....	136
4.1. PRINCIPALES SUPUESTOS .....	136
4.1.1. Plan de inversión y sistema de financiamiento .....	136
4.1.2. Ingreso, proyección de ventas.....	137
4.1.3. Compra de materia prima e insumos.....	138
4.1.4. Gastos administrativos por nómina .....	142
4.1.5. Gastos fijos y suministros .....	143
4.2. EVALUACIÓN DEL PROYECTO .....	143
4.2.1. Cuenta de resultados.....	143
4.2.2. Flujo de efectivo.....	144
4.2.3. TIR, VPN. Punto de equilibrio, relación costo / beneficio y recuperación de la inversión. 144	
4.2.4. Otros Indicadores Financieros.....	147
Análisis financiero. ....	147
4.2.5. Análisis de riesgo .....	150
5. IMPACTO DEL PROYECTO .....	151
5.1. IMPACTO ECONÓMICO .....	151
5.2. IMPACTO SOCIAL.....	151
5.3. IMPACTO AMBIENTAL.....	152
5.4. GENERACIÓN DE EMPLEO DIRECTO E INDIRECTO.....	152
Empleos directos:.....	152
Empleos indirectos:.....	152



CONCLUSIONES ..... 153  
BIBLIOGRAFÍA..... 154  
ANEXOS..... 156



**Lista de tablas**

Tabla 1	Cifra bimestral, trimestral y semestral de ingreso turistas a cartagena 2017.....	24
Tabla 2	Tecnología, equipos e instrumentos musicales .....	71
Tabla 3	Equipos de oficina, muebles e implementos .....	75
Tabla 4	Equipos y herramientas del restaurante .....	77
Tabla 5	Proveedores .....	79
Tabla 6	Presupuesto de producción para baluarte de la champeta .....	80
Tabla 7	Equipos para abastecer salas de baluarte de la champeta .....	83
Tabla 8	Equipos de oficina, muebles e implementos .....	84
Tabla 9	Equipos y herramientas del restaurante. ....	84
Tabla 10	Estrategias y acciones .....	100



**Lista de imágenes**

Ilustración 1 Las 4P de la mezcla de marketing.....	52
Ilustración 2 Valor entrada Baluarte de la Champeta .....	54
Ilustración 3 Perspectiva página web de Baluarte de la Champeta.....	56
Ilustración 4 Paso a paso visita a Baluarte de la Champeta .....	70
Ilustración 5 Plan de compras para Baluarte de la Champeta .....	81
Ilustración 6 Museo del Caribe Barranquilla, Colombia .....	157
Ilustración 7 Casa del Carnaval. Barranquilla, Colombia.....	157
Ilustración 8 Visita Parque Explora. Medellín, Colombia .....	157
Ilustración 9 Visita Museo del agua. Medellín, Colombia.....	157
Ilustración 10 Entrevista a Viviano Torres .....	157



### **Resumen**

Este proyecto se centra en crear Baluarte de la Champeta en la ciudad de Cartagena de Indias como escenario para romper paradigmas y fortalecer el acervo cultural de la ciudad, a través de la exposición de la cultura Champetua de una manera sencilla, didáctica y actualizada, ofreciendo al público una experiencia de aprendizaje alrededor de este ritmo, haciendo uso de la tecnología y de esta manera ampliar el portafolio de servicios culturales en la mágica Cartagena.

Se utilizó el método tipo deductivo para analizar el entorno donde se desarrolla este ritmo musical, el tipo de investigación fue descriptiva que permitió establecer los rasgos más importantes de la champeta.

Las fuentes empleadas fueron entrevistas y encuestas aplicadas a 96 cartageneros que arrojó que las actividades de esparcimiento de su preferencia son: Festivales representado en el 44% y conciertos musicales con el 22%, seguidos de Otro con el 20% y por último Visita a museos con el 14%, también se identificó que del 100% de encuestados el 79% reconoce a la Champeta como el ritmo más representativo de Cartagena, el 9% escogió la cumbia, el 5% Mapalé y otro el 7%. Por otro lado, el 81% de los encuestados manifestó interés por visitar un lugar cuya temática principal es recrear la cultura champetúa y sólo el 19% dijo No. En cuanto a la tarifa de ingreso a Baluarte de la Champeta \$20.000 fue la de mayor puntuación representado en el 86% seguida de \$30.000 con un 12%.

La encuesta a 96 turistas nacionales y extranjeros arrojó que el 70% está en la ciudad por turismo, el 25% por negocios y Otros 5%. Cuando se preguntó si habían escuchado acerca de la música Champeta el 62% dijo Sí, mientras que el 38% dijo que No, como también el 95%



respondió que le gustaría visitar un lugar en Cartagena que reúna historia, instrumentos musicales, baile, juegos y gastronomía y solo el 5% respondió que No.

Lo anterior evidencia la viabilidad de la propuesta al aumentar el portafolio al turismo con otro atractivo potencial, lo que permitió prever que tendrá aceptación en el mercado.

### **Abstract**

This project focuses on creating Baluarte de la Champeta in Cartagena de Indias as a place to break paradigms and strengthen the cultural heritage of the city, through the exhibition of the Champeta culture in a simple, didactic and updated way, offering to the public a learning experience on this rhythm, making use of technology and this way expanding the cultural services portfolio in the magical Cartagena.

The deductive method was used to analyze the environment where this musical rhythm develops, the kind of research was descriptive that allowed to identify the most important features of champeta.

The sources used were interviews and surveys applied to 96 people from Cartagena showed that the leisure activities that they prefer are: Festivals represented in 44% and musical concerts with 22%, and Other with 20% and finally Visit to museums with 14%, it was also identified that 100% of surveyed people the 79% recognize Champeta as the most representative rhythm of Cartagena, 9% chose cumbia, 5% Mapalé and Other 7%. On the other hand, 81% of people are interested in visiting a place whose main theme is recreate the Champeta culture and 19% of people said No. About the entrance fee to Baluarte de la



Champeta \$ 20,000 was the winner and represents 86%, the second one is \$ 30,000 with 12%.

The survey applied to 96 national and foreign tourists showed the reasons what they are visiting the city, 70% tourism, 25% business and Other 5%. When they were asked if they had listened to about Champeta music 62% of them answered Yes, while the rest said No.

Also 95% of them responded that they could visit a place in Cartagena that includes history, musical instruments, dance, games and gastronomy in one place and only 5% answered that No.

All this information shows the viability of the proposal by increasing the portfolio to tourism with this potential attraction, which allowed think that it would be accepted in the market.



## **Introducción**

La idea de crear un sitio denominado Baluarte de la Champeta, surge a partir de la carencia de un espacio en la ciudad de Cartagena de indias, que concentre y recree la cultura Champetúa con el fin de rescatar el valor cultural de este género musical, además de ampliar la oferta turística en la ciudad.

Baluarte de la Champeta; cuyo nombre se origina de la temática principal del ritmo musical Champeta, será el primer sitio en la ciudad de Cartagena de indias en ofrecer una experiencia de emociones e inducciones enfocado en dicho genero para mostrar la champeta como un fuerte atractivo cultural, pretendiendo cambiar esa connotación de violencia por la de alegría e identidad del “pueblo” y, por supuesto, por tratarse de una alternativa empresarial que además contribuirá con la expansión de este género hacia otros escenarios culturales y aumentar la oferta de turismo cultural. Conocer acerca de la Champeta ayudaría a los turistas y por supuesto a una parte de los cartageneros, a entender las tradiciones, costumbres y aquellos fenómenos que suceden alrededor de éste ritmo cultural, los cuales están íntimamente ligados con la cotidianidad de la ciudad, por ejemplo: la forma de bailar, las llamadas placas y cobas que se difunden a través de los “Pick up”, las letras de las canciones, la jerga utilizada, entre otros.

Con el desarrollo de los estudios técnico y de mercado de la idea de negocios, se determinarán elementos claves para la operación, tales como: localización, proveedores, tecnología a utilizar, la distribución de espacios dentro del establecimiento, cualidades del personal a cargo de la operación, estrategias de marketing, aspectos legales a los que se debe acoger el proyecto, los recursos económicos para la puesta en marcha, entre otros.

**DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO  
CREACIÓN DE EMPRESAS**



No se puede pasar por alto que esta emprendedora oportunidad de negocio espera generar un impacto positivo en la sociedad ya que generará oportunidades laborales.



## HISTORIA Y ANTECEDENTES DE LA CHAMPETA

### Historia de la Champeta

Para realizar este proyecto es importante tener claro el concepto de champeta; la cual inicialmente se llamó terapia criolla, luego terapia colombiana y por último adoptó su nombre asociado con la cultura “champeta.”

Este ritmo contemporáneo nació hace 32 años en la ciudad de Cartagena de Indias (Colombia) con gran influencia del corregimiento de San Basilio de Palenque, Bolívar; que a través de los encuentros de Música del Caribe de los años 80 que se realizaban en Cartagena se extendió luego a nivel nacional e influyó recíprocamente en géneros internacionales similares como el Raggamuffin y otros (Díaz, G).

La palabra champeta hace referencia cuchillo, champeta o machetilla, este apelativo fue puesto por la élite económica en un intento de menospreciar a esta cultura, y se asociaba a elementos de vulgaridad, pobreza y negritud.

De esta forma es una cultura con un pasado históricamente marcada por la esclavitud y el maltrato, enfocada en los barrios más antiguos ubicados en la Isla Caimán, actualmente llamada Olaya y el barrio El Pozón.



### **Antecedentes**

Por otro lado también fue imprescindible indagar en diferentes investigaciones que de alguna manera aporten información y permitan enriquecer este proyecto, dentro de estos documentos hallados en el Colegio Mayor de Bolívar en el programa de Administración Turística:

En el año 1997 las estudiantes Claudia Aguilar Corrales y Luz Maida Vásquez Pulgar, presentó como trabajo de grado una propuesta para La Creación de una Casa de Arte y Tradiciones Populares del Departamento de Bolívar; el objetivo general de dicho trabajo busca presentar una propuesta que contenga los procedimientos para la creación de un Casa de artes y tradiciones populares de Bolívar. Por otro lado en su conclusión mencionan que en las Casas de Cartagena de indias se hace necesaria la búsqueda de alternativas que incluyan nuevos objetivos, métodos y medios a través de los cuales se logre una nueva concepción de los mismos, sin que esto afecte la razón de ser de cada uno.

Para el 2001 las estudiantes Claudia Cassiani Salas y Liliana Palma de Zuburria realizaron un trabajo de grado acerca de La Proyección Turística de la Música Champeta en Cartagena cuyo objetivo general consistía en mostrar la importancia, el atractivo, el valor cultural y la influencia que tiene la música champeta en el turista y que contribuye al sector económico, turístico y cultural de la ciudad; finalmente concluyeron que la champeta debería ser incluida dentro de los paquetes turísticos, tratando de promocionarla ofreciendo “una noche de champeta” para aprender a bailarla y conocer un poco de su origen y de su evolución.

En el 2004 las estudiantes Viviana López Suarez, Diana Marrugo Vega, Carmen Elena Torres Ahumada y Lizeth Urueta Pomares, presentaron como proyecto de grado La



Champeta una Potencia Industrial para el Desarrollo del Turismo en Cartagena; en la cual se planteó como objetivo principal reconocer este género musical denominado champeta, el cual representa una cultura de identidad popular dentro del sector turístico de la ciudad de Cartagena de indias, para convertirlo en una potencial industria del sector antes mencionado.

Después de desarrollar la propuesta concluyeron que el género musical conocido como champeta tiene gran influencia en el desarrollo turístico de la ciudad a pesar de que se ha visto afectada por diferentes factores como la mala remuneración, la piratería, las críticas destructivas, la falta de apoyo y de valorización, las cuales impiden que esta potencia industrial progrese.

En el año 2009 las estudiantes Nohelys Orozco Cabrera y Lizeth Ortega Tarquino, presentaron un propuesta para crear un Tour “Show” en el Sector amurallado incluyendo la Música Champeta como una nueva opción para el turismo de Cartagena de Indias; su objetivo general fue, realizar el tour ya mencionado con las características expuestas, a partir de lo anterior ellas concluyeron que la “ruta de la champeta” será otra causa por la cual los turistas visiten la ciudad de Cartagena, despierte el interés y sea considerada como un atractivo cultural autóctono de la ciudad de Cartagena.



## 1. MERCADEO

### 1.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

#### 1.1.1 Análisis del sector

Como se trata de una idea de negocios relativa a un bien inmaterial e íntimamente conexo al servicio, el sector económico que representa Baluarte de la Champeta es el terciario y de economía naranja o bien llamado industrias culturales (sector que ha crecido significativamente en los últimos años); a nivel global según el centro internacional de comercio (ITC) ocupa el quinto lugar de mayor comercialización.

Colombia goza de gran talento humano y creatividad para el desarrollar las diferentes industrias culturales, a partir de la participación en espacios de circulación que permiten potenciar el intercambio de bienes y servicios culturales, y así aportar cada vez más al desarrollo económico del país.

Las estadísticas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), revelan que este sector de la economía de bienes y servicios culturales, en el año 2012 hizo un aporte de 3,3 % al Producto Interno Bruto (PIB) del país y 5,8 % en la generación de empleo, cifra que está por encima de la registrada en Holanda, Reino Unido o Finlandia (Rojas, J. 2015).

Si bien es cierto que la economía está atravesando un ciclo de desaceleración, lo cual obliga a buscar nuevas alternativas basadas en el conocimiento, la creatividad y la cultura (I&D), para poder contrarrestar y dar respuestas a los nuevos cambios y exigencias del sector gestando de esta manera nuevas oportunidades.



La cultura ha cobrado cada vez más importancia, no sólo es mirada como un elemento que aporta a la identidad, a la cohesión social y al patrimonio cultural del país, sino como un potencial generador de crecimiento económico.

En Cartagena es un hecho que el turismo ha sido uno de los principales pilares de la economía de la ciudad, no obstante requiere de otros atractivos turísticos que permitan ampliar el portafolio de servicios enfocados en la cultura champetúa y que empoderen a sus pobladores para mostrar lo que son y lo que tienen sacando el mayor provecho a la industria creativa, teniendo en cuenta que la creatividad es un recurso intangible asociado directamente al conocimiento y al acervo cultural que poseen los individuos.

La cultura es un bien inmaterial que en principio no se agota, no es escaso, no contamina esto hace de la economía creativa o de industrias culturales un atractivo y un esquema económico, social y deseable (Barrero, J. 2016).

Finalmente es indudable que el Corralito de piedra es una ciudad culturalmente rica, internacionalmente reconocida por la historia que encierra , y preferida por muchos turistas y celebridades como destino para vacaciones o esparcimiento con sus familias; sin duda alguna la economía naranja es una oportunidad para que Cartagena impulse la creación de industrias creativas tal como lo será Baluarte de la Champeta, una idea de negocio que ofrecerá una alternativa valiosa y sin precedentes que busca posicionarse como una nueva atracción en la mágica ciudad heroica, rescatando el innumerable valor de la cultura champetúa desde el punto de vista histórico, musical, movimientos autóctonos de expresiones coloquiales, instrumentos propios del ritmo , gastronomía típica de la región y juegos temáticos con el uso de tecnología de punta.



### 1.1.2 Análisis del Mercado

La actividad turística en Cartagena de indias ha ayudado al progreso de la ciudad. Hoy en día es el fuerte económico, pues gracias a que esta emblemática ciudad cuenta con una privilegiada ubicación geográfica y ser un patrimonio histórico y cultural, es uno de los destinos turísticos más apetecidos del país. Los datos obtenidos del Sistema de Información Turística de Cartagena de Indias (SITCAR), revela que según estudios del año 2015 se encontró que Cartagena es el destino turístico más visitado por viajeros nacionales e internacionales y que a su vez dejó como beneficios en la ciudad ingresos estimados en \$36 mil millones.

Los datos arrojados por esta misma entidad (SITCAR), en los siguientes dos últimos años (2016 – 2017) arrojan crecimiento del 7.3 por ciento frente a igual periodo del año 2015 dejando claro la viabilidad de Baluarte de la Champeta por pertenecer al sector turístico.

Se debe reconocer, que dentro de la oferta turística de la ciudad están incluidos casas y museos que en su mayoría están enfocados en la historia de la ciudad y tratan temas como los hechos ocurridos en la época colonial, pero no se ha tenido en cuenta el desarrollo de la ciudad, la importancia de la cultura y el estilo de vida que han llevado los cartageneros luego de esta etapa. Por lo tanto, Baluarte de la Champeta es un producto nuevo y diferente que se incluye dentro de la oferta cultural de la ciudad permitiendo de esta manera que los visitantes la conozcan a través de historia, juegos, música y movimientos autóctonos del ritmo relacionados con el fenómeno de la Champeta y su desarrollo en la cultura popular de Cartagena.



Baluartes de la Champeta se convertiría en una nueva alternativa cultural en la ciudad, ya que será la primera casa interactiva y recreativa de Cartagena que mostrará la historia y el estilo de vida de los ciudadanos, representada por un ritmo pegajoso y revolucionario como lo es la Champeta, y dentro de sus instalaciones contarán con salas temáticas, talento humano profesional que guiarán a los visitantes, tecnología de punta, elementos didácticos, servicio de restaurantes e instalaciones amigables para personas en condición de discapacidad. Cabe destacar que en otras ciudades del país hay establecimientos con temáticas representativas de su región y que pertenecen a la hoy llamada economía naranja.

Se prevé que la aceptación de esta innovadora idea de negocio sea buena y que será una visita obligada para locales y visitantes.

#### **1.1.2.1 Tamaño del mercado**

Según datos arrojados por la Corporación de Turismo Cartagena de Indias (Corpoturismo) sobre la llegada de viajeros a esta ciudad en el periodo de semana santa del presente año (2017) arrojó un promedio del 7.3 por ciento de viajeros más que en ese mismo periodo del 2016.

Por otro lado, según el Sistema de Información de Turismo de Cartagena de Indias (SITCAR) el número de turistas que ingresó a la ciudad en el primer semestre de 2017 fue de 1.573.569 personas, cifra que incluye pasajeros que arribaron a través de vuelos nacionales, internacionales y por cruceros.

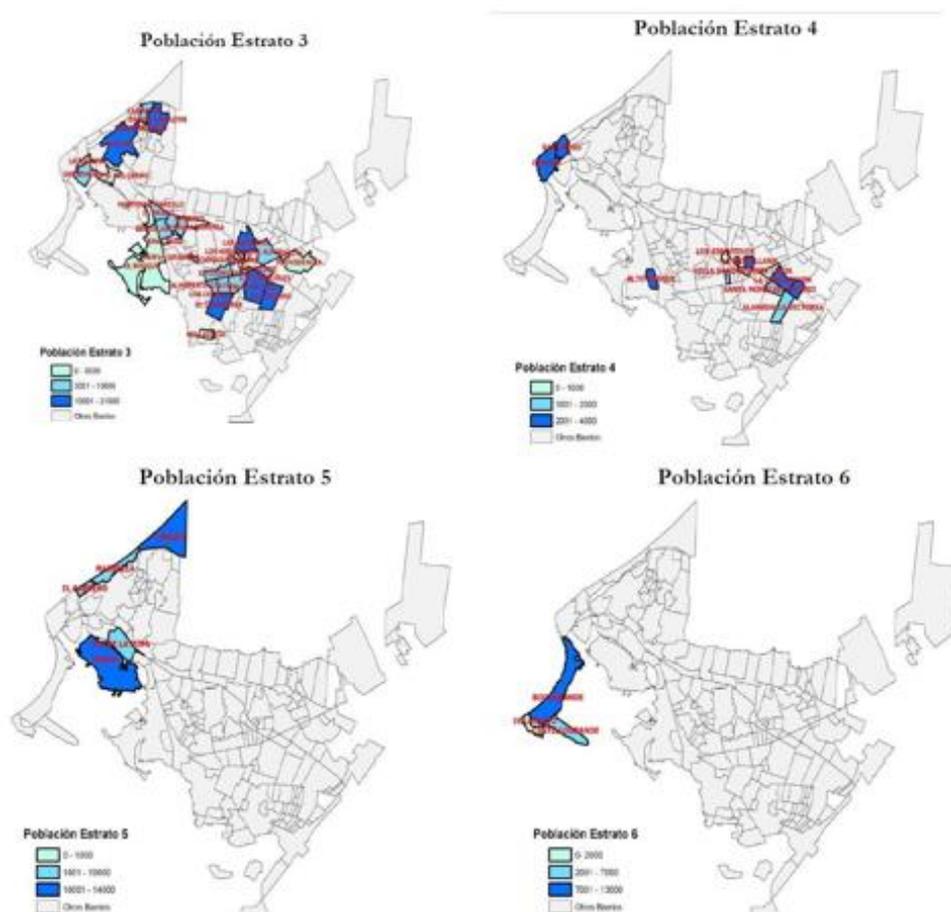


**Tabla 1** Cifra bimestral, trimestral y semestral de ingreso turistas a Cartagena 2017.

PERIODO	PAX EN VUELOS NALES	PAX EN VUELOS INTERNALES	CRUCERISTAS	TOTAL TURISTAS
JUNIO A JULIO	366.38	55.736	7.191	429.307
MAYO A JULIO	517.833	78.418	14.331	610.582
ENERO A JULIO	1195086	186.409	192.074	<b>1.573.569</b>

Fuente: Camilo Quintero Fragozo, Asesor SITCAR.

Si bien es cierto, esta propuesta incluye a los nativos como potenciales clientes por ello se tuvo en cuenta el total de la población cartagenera: 1.013.389 habitantes (cifra manejada por





el Mapa Interactivo Digital de Asuntos del Suelo MIDAS, que fundamentó su información en el censo del DANE 2005 con proyección de la población para el año 2016); para seleccionar un total de 306.198 habitantes que representan el 31% de los ciudadanos pertenecientes a los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Cartagena, y que se convertirían en potenciales clientes para esta propuesta de negocio.

### 1.1.2.2 Segmentación del mercado

Baluartes de la Champeta está dirigido a los ciudadanos cartageneros, turistas nacionales, internacionales entre el rango de los 6 a los 60 años de edad para vivir una experiencia de diversión y con capacidad económica para acceder a este tipo de servicios, tales como espacios culturales, museos, casas coloniales, exposiciones itinerantes, entre otros. Con base a las fuentes secundarias SITCAR (número de pasajeros que ingresaron a la ciudad de Cartagena en el primer semestre de 2017) y MIDAS (proyección de la población local para el año 2016, realizada por el DANE en 2005), se tomaron las cifras muestrales para la aplicación de la encuesta tanto a turistas nacionales, internacionales y los ciudadanos cartageneros.

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)N}{E^2 N + Z^2 P(1-P)}$$

n = tamaño de la muestra N = población o universo

E = error muestral (1 al 10%) Z = nivel de confianza = 1.96

Al reemplazar la formula,



$$\frac{1,96^2 0,5(1 - 0,5)1.573.569}{0,10^2 1.573.569 + 1,96^2 0,5(1 - 0,5)}$$

n = población = 1.573.569

E<sup>2</sup> = 10% = 0,10 = 0,01

P = 0,5

Z = 1,962 = 3,84

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1-0,5)1.573.569}{0,10^2 1.573.569 + 1,96^2 0,5(1-0,5)}$$

$$n = \frac{1.510.626,24}{15.736,65} = 95,99$$

$$n \approx 96$$

La fórmula anterior, arroja que se aplicaron 96 encuestas a los turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad de Cartagena.

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)N}{E^2 N + Z^2 P(1-P)}$$

n = tamaño de la muestra N = población o universo

E = error muestral (1 al 10%) Z = nivel de confianza = 1.96

Al reemplazar la formula,



$$\frac{1,96^2 0,5(1 - 0,5)306.198}{0,10^2 306.198 + 1,96^2 0,5(1 - 0,5)}$$

$$n = \text{población} = 306.198$$

$$E^2 = 10\% = 0,10 = 0,01$$

$$P = 0,5$$

$$Z = 1,962 = 3,84$$

$$n = \frac{293.950,08}{3.062,94} = 95,96$$

$$n \approx 96$$

La fórmula anterior, arroja que se aplicaron 96 encuestas a la población local perteneciente a los estratos socioeconómicos 3, 4,5 y 6 de la ciudad de Cartagena de indias.

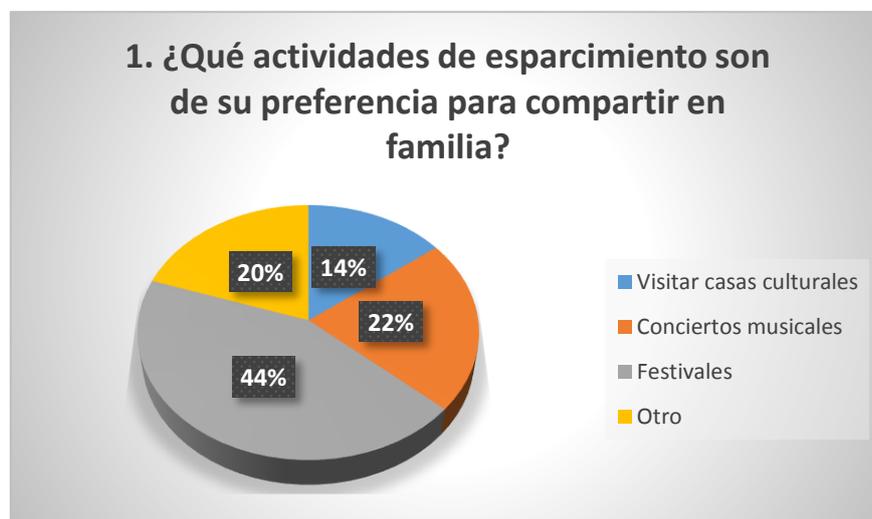


### 1.1.2.3 RESULTADO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS

A continuación se relacionan los resultados de las encuestas aplicadas a los cartageneros, teniendo en cuenta la población objetivo de 96 personas.

1. ¿Qué actividades de esparcimiento son de su preferencia para compartir en familia?

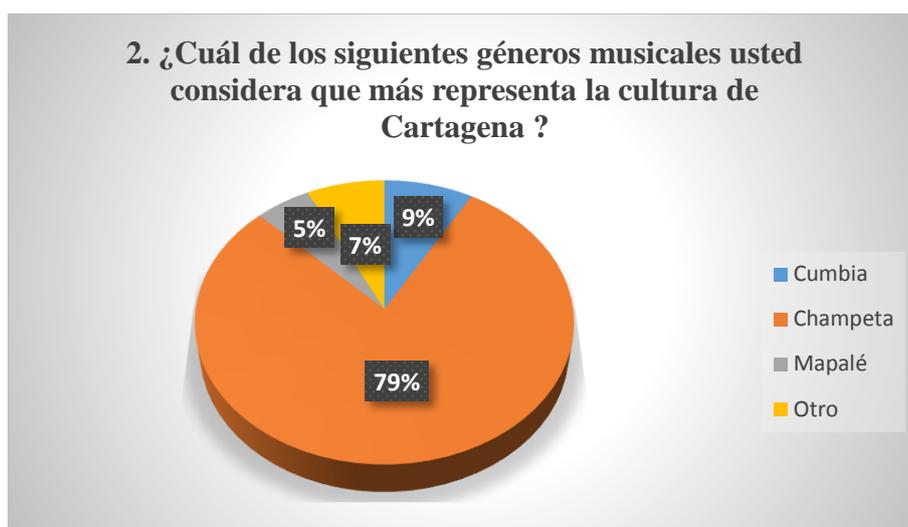
Opciones de respuesta	Resultado
Visitar casas culturales	14
Conciertos musicales	21
Festivales	42
Otro	19
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>





2. ¿Cuál de los siguientes géneros musicales usted considera que más representa la cultura de Cartagena?

Opciones de respuesta	Resultado
Cumbia	8
Champeta	76
Mapalé	5
Otro	7
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>

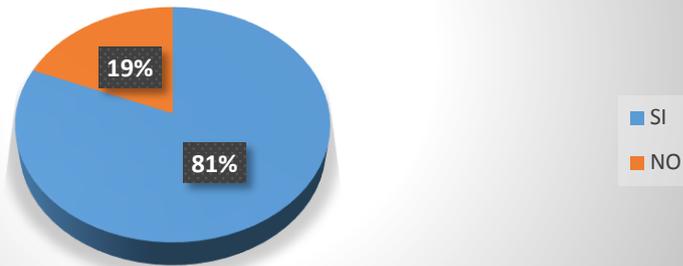


3. ¿Le gustaría visitar un lugar en Cartagena que reúna historia, instrumentos musicales, bailes, juegos y gastronomía; recreando el concepto de la música champeta?

Opciones de respuesta	Resultado
SI	78
NO	18
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>



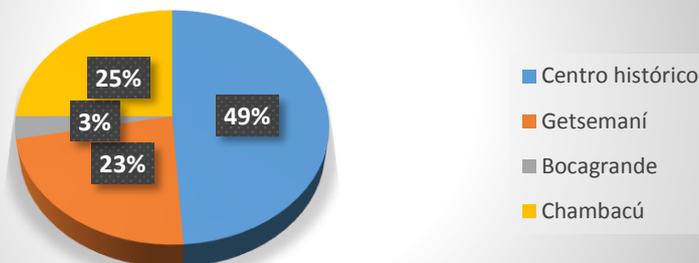
3. ¿Le gustaría visitar un lugar en Cartagena que reúna historia, instrumentos musicales, bailes, juegos y gastronomía; recreando el concepto de la música champeta ?



4. ¿En qué parte de la ciudad se imagina este lugar?

Opciones de respuesta	Resultado
Centro histórico	47
Getsemaní	22
Bocagrande	3
Chambacú	24
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>

4. ¿En qué parte de la ciudad se imagina este lugar?





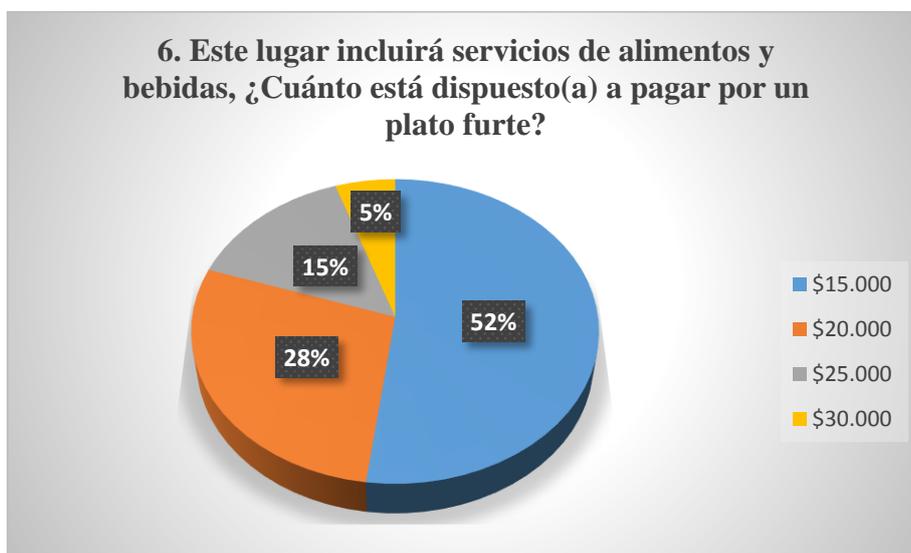
5. ¿Pagaría por ingresar a este lugar si costara...?

Opciones de respuesta	Resultado
\$20.000	83
\$30.000	11
\$40.000	1
\$50.000	1
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>



6. Este lugar incluirá servicios de alimentos y bebidas, ¿Cuánto está dispuesto(a) a pagar por un plato fuerte?

Opciones de respuesta	Resultado
\$15.000	50
\$20.000	27
\$25.000	14
\$30.000	5
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>



7. ¿Cuál considera que es el nombre más atractivo para el establecimiento?

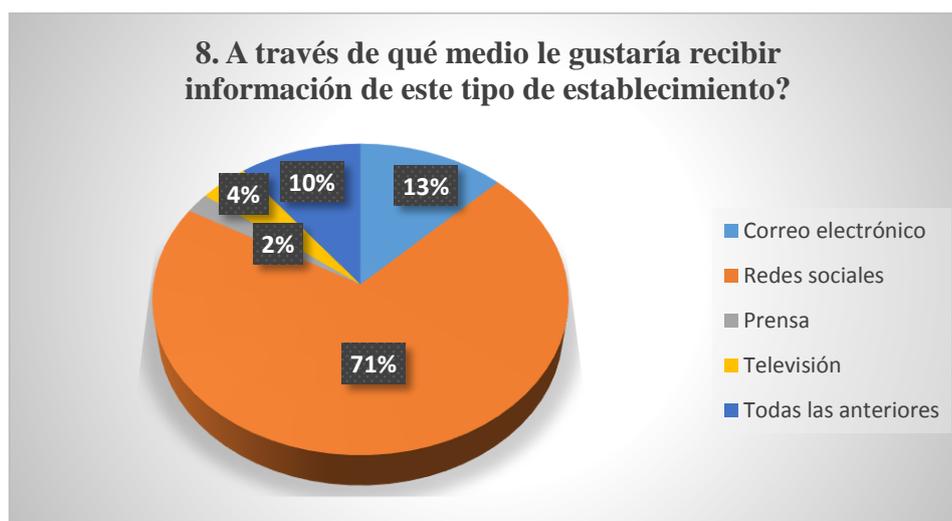
Opciones de respuesta	Resultado
La Casa de la Champeta	22
Champegena	9
Casa Museo de la Champeta	23
Champeta Lifestyle	12
Baluartes de Champeta	30
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>





8. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información de este tipo de establecimiento?

Opciones de respuesta	Resultado
Correo electrónico	12
Redes sociales	68
Prensa	2
Televisión	4
Todas las anteriores	10
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>

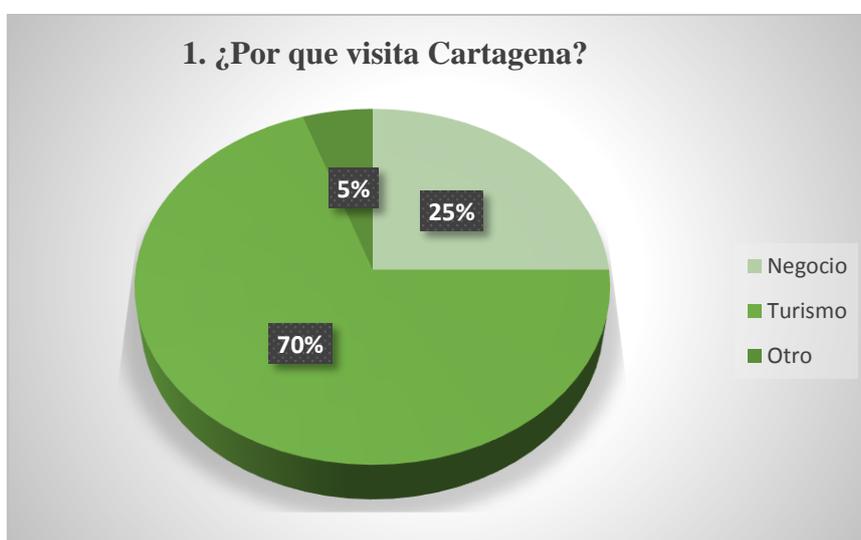


A continuación se relacionan los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales e internaciones, teniendo en cuenta la población objetivo de 96 personas.



1. ¿Por qué visita Cartagena?

Opciones de respuesta	Resultado
Negocio	24
Turismo	67
Otro	5
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>



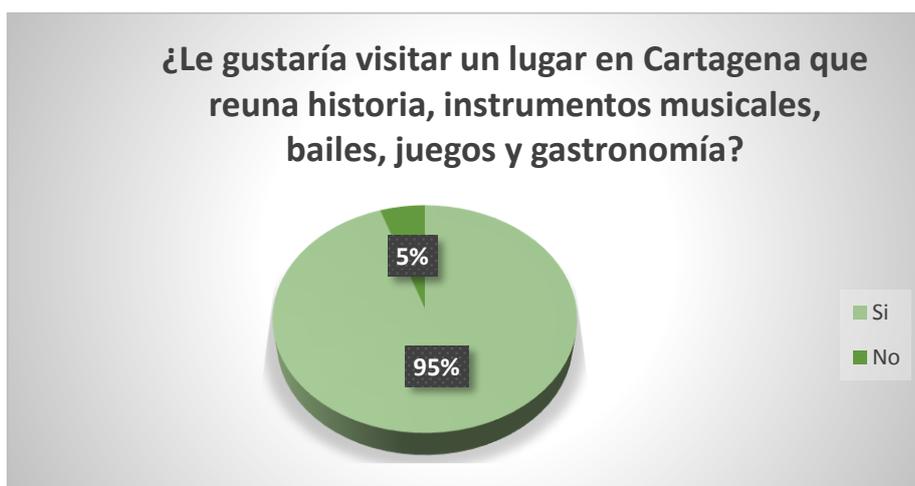
2. ¿Ha escuchado acerca de la música champeta?

Opciones de respuesta	Resultado
Si	60
No	36
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>



3. ¿Le gustaría visitar un lugar en Cartagena que reúna historia, instrumentos musicales, bailes, juegos y gastronomía?

Opciones de respuesta	Resultado
Si	91
No	5
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>





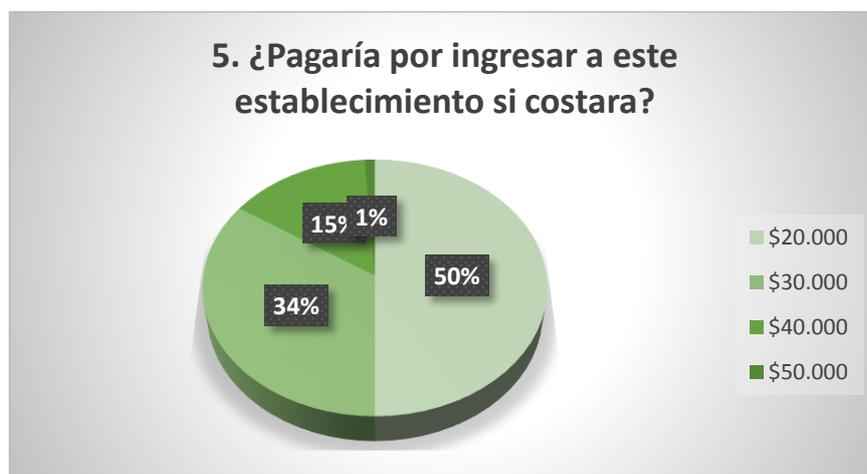
4. ¿En qué parte de la ciudad se imagina este lugar?

Opciones de respuesta	Resultado
Centro histórico	33
Getsemaní	26
Bocagrande	17
Chambacú	20
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>



5. ¿Pagaría por ingresar a este establecimiento si costara?

Opciones de respuesta	Resultado
\$20.000	48
\$30.000	33
\$40.000	14
\$50.000	1
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>



6. Este lugar incluirá servicios de alimentos y bebidas, ¿Cuánto está dispuesto(a) a pagar por un plato fuerte?

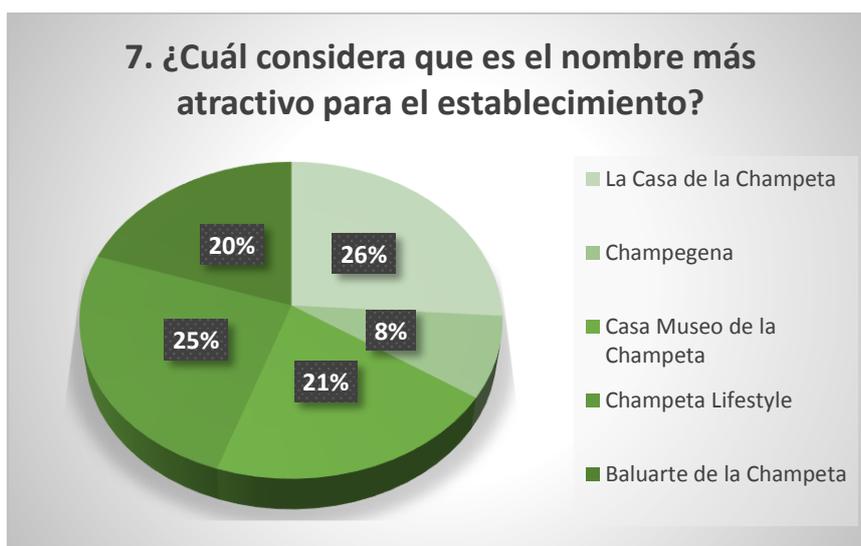
Opciones de respuesta	Resultado
\$15.000	14
\$20.000	21
\$25.000	43
\$30.000	18
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>





7. ¿Cuál considera que es el nombre más atractivo para el establecimiento?

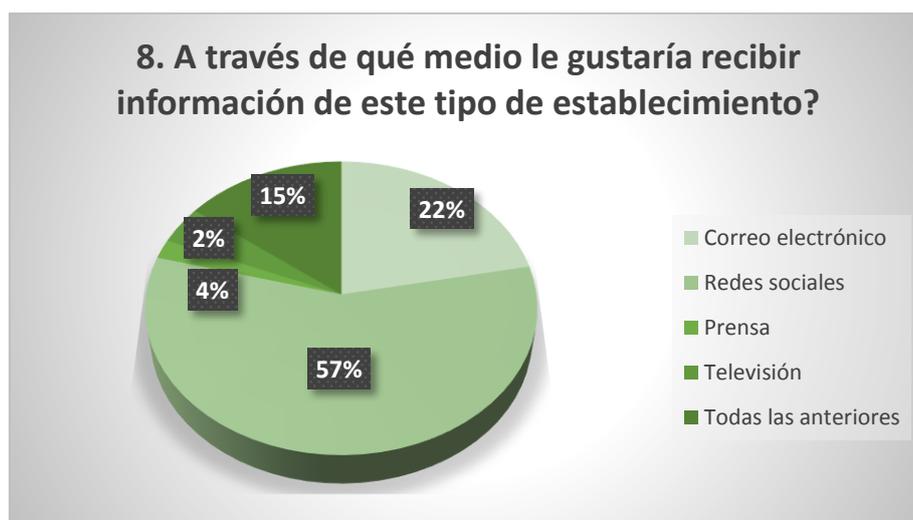
Opciones de respuesta	Resultado
La Casa de la Champeta	25
Champegena	8
Casa Museo de la Champeta	20
Champeta Lifestyle	24
Baluartes de la Champeta	19
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>





8. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información de este tipo de establecimiento?

Opciones de respuesta	Resultado
Correo electrónico	21
Redes sociales	55
Prensa	2
Televisión	4
Todas las anteriores	14
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>



#### 1.1.2.4 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A CARTAGENEROS

La encuesta aplicada a 96 ciudadanos cartageneros está compuesta por ocho (8) interrogantes de selección múltiple, con los cuales se buscó recopilar la información necesaria para identificar de forma directa las preferencias y la aceptación hacia un establecimiento como el que se pretende crear y que lleva como temática principal el género musical llamada Champeta.



En la primera pregunta se planteó ¿qué actividades de esparcimiento son de su preferencia para compartir en familia?, y las opciones de respuestas que tuvieron más ponderaciones fueron Festivales representado en el 44% y conciertos musicales con el 22%, seguidos de Otro con el 20% y por último Visita a Casas culturales con el 14% sobre el total. A partir de lo anterior, se detecta que Baluarte de la Champeta tiene oportunidad de crecimiento en la ciudad de Cartagena ya que las personas encuestadas muestran preferencia por la música que es el eje central de este proyecto.

En la segunda pregunta se indagó ¿cuál de los siguientes géneros musicales usted considera que más representa la cultura de Cartagena? En donde la Champeta fue gran la vencedora con un 79%, seguida de la Cumbia con un 9%, Otro con un 7% y Mapalé el 5% sobre el total. Este resultado significa que la gente reconoce a la Champeta como parte de su acervo cultural, lo cual es muy positivo para implementar este proyecto.

El tercer interrogante ¿le gustaría visitar un lugar en Cartagena que reúna historia, instrumentos musicales, bailes, juegos y gastronomía; recreando el concepto de la música champeta?, el resultado fue de Sí con el 81% y No con el 19%. Lo cual evidencia el interés y la aceptación de este nuevo producto al mercado local y que demuestra la necesidad de un atractivo diferente, novedoso e interactivo, sin precedentes en el corralito de piedra.

La cuarta pregunta ¿en qué parte de la ciudad se imagina este lugar? El Centro histórico tuvo un porcentaje del 49%, Chambacú el 25%, Getsemaní el 23% y finalmente Bocagrande con tan solo el 3%. Lo anterior indica que los tres lugares con mayor ponderación podrían ser idóneos puesto que conjugan una serie de elementos tales como historia, costumbres, monumentos y otros atractivos.



En el quinto interrogante, ¿pagaría por ingresar a este lugar si costara...? el valor con mayor puntuación fue \$20.000 representado en el 86%, seguido de \$30.000 con un 12% y luego \$40.000 y \$50.000 representados con el 1% respectivamente; este es un indicador que la tarifa para ingresar a Baluarte de la Champeta no debe superar los \$20.000.

La pregunta número 6 plantea: Este lugar incluirá servicios de alimentos y bebidas, ¿cuánto está dispuesto(a) a pagar por el plato fuerte? Aquí \$15.000 representa el 52%, \$20.000 con el 28%, \$25.00 con el 15% y \$30.000 con el 5%. Estos resultados son un punto de referencia para fijar los precios de los platos a ofrecer en el restaurante Sipote filo.

La penúltima pregunta ¿cuál considera que es el nombre más atractivo para el establecimiento?, los cartageneros respondieron de la siguiente manera: Baluarte de la Champeta con un 31%, Casa Museo de la Champeta con el 24%, La Casa de la Champeta con el 23%, Champeta Lifestyle el 13% y Champegena con el 9% de los encuestados, cifras que demuestran que el nombre más atractivo es Baluarte de la Champeta.

El último interrogante, ¿A través de qué medio le gustaría recibir información de este tipo de establecimiento?, Redes sociales encabeza la lista con un 71%, correo electrónico con 13%, todas las anteriores con el 10%, Televisión con el 4% y prensa 4%. Sin duda prima el uso de las herramientas tecnológicas es primordial para acceder a la información y promocionar productos y servicios.



### **1.1.2.5 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS**

La encuesta aplicada a 96 turistas nacionales y a extranjeros, está compuesta por ocho (8) interrogantes de selección múltiple, con los cuales se buscó recopilar la información necesaria para identificar de forma directa las preferencias y la aceptación hacia un establecimiento como el que se pretende crear y que lleva como temática principal el género musical llamado Champeta.

En primera instancia se preguntó el motivo de la visita a Cartagena de Indias y se obtuvo como respuesta: Turismo con un 70%, Negocios un 25% y Otros 5%. Esto reafirma que Cartagena de Indias es un destino turístico por excelencia y es precisamente a este público al que se quiere llegar para ofrecerle un producto cultural de diversión e interactivo acto para todo público.

Cuando se preguntó si habían escuchado acerca de la música Champeta el 62% respondió que Sí mientras que el 38% dijo que No. Se puede decir que la gran mayoría le es familiar este ritmo musical.

Al preguntar ¿si les gustaría visitar un lugar en Cartagena que reúna historia, instrumentos musicales, bailes, juegos y gastronomía?, el 95% respondió que Si lo haría y solo el 5% respondió que No. Al igual que los cartageneros encuestados muestran interés y aceptación de este nuevo producto al mercado local y que demuestra la necesidad de un atractivo diferente, novedoso e interactivo, sin precedentes en el corralito de piedra.

En la cuarta pregunta, ¿en qué parte de la ciudad se imagina este lugar? Centro histórico obtuvo el 34% de la votación, Getsemaní el 27%, Chambacú el 21% y Bocagrande el 18%.



De lo anterior se puede apreciar que Centro histórico, Chambacú y Getsemaní son los lugares más votados y en donde el Centro histórico lleva la delantera.

En cuanto a la pregunta ¿pagaría por ingresar a este establecimiento si costara...? El 50% respondió que pagaría \$20.000, el 34% respondió que \$30.000, el 15% respondió \$40.000 y sólo el 1% respondió que \$50.000. Confrontado con los resultados de la encuesta aplicada a los cartageneros, se puede deducir que la tarifa para ingresar a Baluarte de la Champeta no debe superar los \$20.000.

La sexta pregunta, este lugar incluirá servicios de alimentos y bebidas, ¿cuánto está dispuesto(a) a pagar por un plato fuerte? El 45% dijo \$25.000, el 22% dijo \$20.000, el 19% respondió \$30.000 y el 14% respondió \$15.000. Contrario al resultado de las encuestas aplicadas a los ciudadanos de Cartagena de indias, los turistas nacionales y extranjeros están dispuestos a pagar desde \$25.000 por un plato elaborado en el restaurante Sipote Filo.

En la pregunta número 7 que hace referencia a indagar el nombre más atractivo para el establecimiento, el nombre con mayor votación fue La Casa de la Champeta con el 26%, Baluarte de la Champeta recibió el 25% de la votación, Casa Museo de la Champeta con el 21%, Champeta Lifestyle recibió el 20% y por ultimo Champegena recibió el 8% de la votación total. Contrario al resultado de las encuestas aplicadas a los locales donde Baluarte de la Champeta fue el vencedor recibiendo la mayor puntuación, en la encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros, el nombre más atractivo fue La Casa de la Champeta.

Finalmente, al preguntar el medio a través del cual les gustaría recibir información los turistas nacionales y extranjeros respondieron: Redes sociales con el 57%, Correo electrónico el 22%, Todas las anteriores con el 15%, Televisión con el 4% y Prensa el 2%. Se puede



constatar que las redes sociales es el medio más utilizado en esta era para adquirir información.

### **1.1.3 Análisis del consumidor/ cliente**

Cartagena de indias, una ciudad llena de historia y cultura que recibe cientos de miles de turistas nacionales e internacionales (según los datos de Migración Colombia, en el primer semestre del año en curso acogió a 214.835 viajeros extranjeros), quienes llegan a este patrimonio histórico y cultural de la humanidad motivados por el encanto de sus calles viejas y a sumergirse en las expresiones culturales de esta ciudad; es el escenario perfecto para emprender negocios que representen las raíces de una comunidad y que sin lugar a dudas, impulsen el desarrollo económico del país (la ya mencionada economía naranja).

Para nadie es un secreto que las exigencias de los clientes cada día son mayores por lo cual es menester crear productos y servicios que se ajusten a sus necesidades y aún mejor, superen sus expectativas. Por lo anterior, se pretende de una manera científica, didáctica y actualizada, ofrecer al público una experiencia de aprendizaje y diversión enfatizada específicamente en la importancia de la música Champeta como movimiento folclórico que hace parte del acervo cultural de la ciudad; regalándole a Cartagena ese atractivo que necesita y que busca representar el estilo de vida de su población.

El turismo cultural o patrimonial es uno de los motores para conservar las principales expresiones de cultura de un destino y Cartagena no es la excepción. La siguiente es la definición de turismo cultural que da el International Council on Monuments and Sites (ICOMOS, Carta de Turismo Cultural, Bruselas. Noviembre 1976):



*El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada.*

**- Carta de Turismo Cultural Adoptada por ICOMOS en noviembre de 1976**

Lo expuesto por ICOMOS es muy cierto y esta ciudad sí que tiene como reafirmar tal descripción. Este tipo de turismo acude a la visita de aquellos lugares con un valor histórico-cultural con importe significado para el destino, es más puede sonar atrevido decir que casi todas las actividades que un foráneo realiza en el destino son turismo cultural, por ejemplo: degustar de la comida típica, valorar y escuchar música (folclor local), participar de eventos religiosos y festivales de música o cine, entre otros.

Por otro lado, el actual Plan Sectorial de Turismo Cartagena de Indias 2016-2019, contempla aspectos prometedores en materia de cultura así que Baluarte de la Champeta aprovechará lo anteriormente descrito para convertirse en el atractivo turístico insignia de la expresión cultural local.

**1.1.3.1 Clientes de Baluarte de la Champeta**

Baluarte de la Champeta pretende ofrecer sus servicios a los hombres, mujeres y niños cartageneros, turistas nacionales y extranjeros entre el rango de los 6 a los 60 años de edad para vivir una experiencia de diversión y aprendizaje; tomando como clientes potenciales los



viajeros nacionales e internacionales quienes siempre están en la búsqueda de lugares diferentes para conocer. Lo anterior es un aspecto que puede favorecer a esta propuesta de negocio ya que de acuerdo a los datos que proporciona ProColombia (2017), el mayor número de personas no residentes que ingresaron a Colombia en lo que va del 2017 son de nacionalidad americana, venezolana, argentina, brasilera y mexicana; y no se puede negar que muchos de los extranjeros que llegan a Cartagena lo hacen a través de Cruceros y por vía aérea.

Con la puesta en marcha de Baluarte de la Champeta, la ciudad estaría a la altura de grandes destinos nacionales e internacionales, con la inclusión de atractivos que simbolizan la riqueza de una región.

#### **1.1.4 Análisis de la competencia.**

La competencia de Baluarte de la Champeta está relacionada con todas aquellas entidades o personas que presten u ofrezcan servicios de diversión, y ocasionalmente eventos culturales, los cuales representan una amenaza para la empresa; puesto que en cualquier momento podrían organizarse en pro de ofrecer dichos productos culturales y entrar a participar en el mercado.

En Cartagena como tal, no existe un lugar que recree de forma didáctica la historia, instrumentos y experiencias alrededor de la música Champeta, sin embargo hay otros lugares dedicados a mostrar la historia de la ciudad.

Lo expuesto, evidencia que Baluarte de la Champeta no tiene una competencia directa sino indirecta:



### Competencia indirecta a nivel nacional

Aunque la temática de la competencia indirecta no es la Champeta sino otras demostraciones artísticas que van ligadas acorde a los gustos, preferencias, personalidad e intereses de los potenciales clientes lo cual los convierte en rivales indirectos por ser espacios fantásticos que oxigenan el cerebro por medio de la sensibilidad que generan a través del arte.

A nivel nacional se encuentran:

Ilustración	¿Quiénes son?	¿Dónde están?	¿Que hacen?
	<p>Casa de la cultura Bosconia</p>	<p>Valledupar.</p>	<p>Su temática es la enseñanza de la música popular cuenta con emisora comunitaria y museo</p>
	<p>Escuela de Música Tom Silaya</p>	<p>San Andrés</p>	<p>Forman niños y adultos, en la preservación de los ritmos locales tiene estudio de grabación.</p>



	<p>Casa de Cultura. Marsella</p>	<p>Caldas</p>	<p>Se trata de una casona de tres pisos y cuenta con sala para conferencias, sala de música, teatro, sala de pintura, biblioteca como sede de los museos de Marsella Precolombino Quimbaya y del Putumayo</p>
	<p>La casa del Carnaval</p>	<p>Barranquilla</p>	<p>Enseña sobre las manifestaciones culturales más representativas de la fiesta del Carnaval de Barranquilla.</p>

Competencia indirecta a nivel local

A nivel de Cartagena, los posibles competidores sustitutos de Baluarte de la Champeta son:



Ilustración	¿Quiénes son?	¿Dónde están?	¿Que hacen?
	<p>Casa de la Cultura las Palmeras.</p>	<p>Cartagena</p>	<p>Promueve la mayor actividad cultural popular de la ciudad.</p>
	<p>Bazar Social Club</p>	<p>Cartagena</p>	<p>Espacio donde se mezclan los colores, diseños caribeños y ambientan el lugar con imágenes, objetos, frases de la vida cotidiana y del mercado popular.</p>
	<p>Dirty Champeta</p>	<p>Cartagena</p>	<p>Lugar de fiesta asegurada, donde turistas y locales se reúnen a pasar una noche inolvidable. Este se realiza los miércoles a partir de las 9pm. A veces hay grupos en vivo. Ideal para conocer gente.</p>
	<p>Presentaciones Folclóricas</p>	<p>Cartagena</p>	<p>El folclor presente en plazas de Cartagena de indias.</p>



## 1.2 ESTRATEGIA DE MERCADEO

### 1.2.1 Concepto de producto o servicio

Ante el crecimiento que se ha venido dando en los últimos tiempos sobre la llamada economía naranja y aprovechando el comercio turístico del que goza la ciudad de Cartagena de Indias, nace la idea de crear un establecimiento encaminado a actividades culturales y creativas, como una nueva alternativa de recreación y esparcimiento, donde propios y visitantes puedan disfrutar y explorar las diferentes actividades que se tendrán, teniendo como eje central conocer el fenómeno cultural de la música champeta, destacando que este ritmo es representativo de Cartagena de Indias.

El comercio de servicios culturales últimamente ha crecido más rápido que el sector industrial, razón por la cual Baluarte de la Champeta, orientado al sector turístico y de servicios recreativos, pretende posicionarse en el mercado de la ciudad de Cartagena de Indias.

Baluarte de la Champeta es un establecimiento de fácil acceso a los turistas y nativos pues esta se ubicación tentativa será en el barrio Chambacú a tan solo 5 minutos del centro histórico de la ciudad de Cartagena de Indias. En este lugar se dará a conocer a los potenciales clientes de forma recreativa, lúdica e interactiva las tradiciones, costumbres, historia del género musical, de los artistas, de los escenarios e instrumentos utilizados para hacer música Champeta con la ayuda de tecnología de punta; y aquellos fenómenos que ocurren alrededor de esta música, acompañado de servicios calificados y personal profesional dispuesto a asistir a los visitantes durante su recorrido con un servicio cálido y amable. Se contará también con proyección de videos, una sala de producción grabar pequeñas letras



musicales de este género y adicionar efectos para crear una mezcla de champeta, con la oportunidad de compartirlas de forma instantánea a través de las redes sociales y medios electrónicos, y un espacio para aprender pasos básicos para bailar la música champeta.

Además se contará con murales que llevan impreso expresiones, vestimenta y jerga Champetúa.

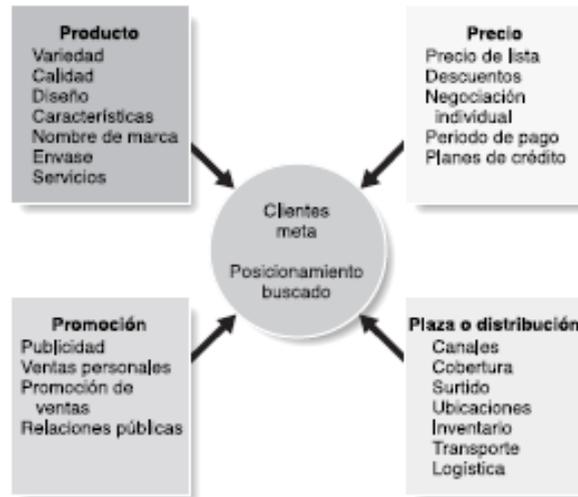
Entre otros atractivos se tendrán: PhotoCalls, replicas en miniaturas de los llamados “pick ups”, un restaurante de comida típica de la región con nombres llamativos y con términos propios de los costeños, además de una tienda de souvenir para que los visitantes accedan a detalles u objetos que les permitirán recordar su experiencia en este lugar.

### **1.2.2. Marketing Mix**

Por años se ha mantenido la idea de que el Marketing se basa en la creación y la divulgación de publicidad compartida por todos los medios de comunicación, y la venta de un producto o servicio. Este concepto es antiguo y la meta de los líderes en este campo, es mostrar que el Marketing es un mar profundo llamado Satisfacción al cliente, y en donde cada pez representa el bien o servicio que se ofrece, el precio fijado para el mismo, la forma en la que se distribuye y se promociona. Con lo anterior, se entiende que la sociedad aún mantiene un concepto errado del marketing ya que sólo se mencionan dos elementos de los que conforman las famosas 4 P's.



Ilustración 1 Las 4P de la mezcla de marketing.



**Fuente:** Marketing-Version para Latinoamerica por Phillip Kotler y Gary Armstron. Las 4P de la mezcla de marketing.

Las tan famosas 4 P's de las que se hablan en el párrafo anterior son en realidad cuatro grandes grupos y que conforman las herramientas primordiales de la mezcla de marketing o Marketing mix (por su nombre en inglés): Producto, Precio, Plaza y Promoción. Básicamente, estos términos denotan la oferta de marketing que saciará la necesidad existente, fijando lo que se pretende cobrar por dicha oferta, tomando la decisión de cómo estará al alcance del mercado objetivo y finalmente de qué forma se pretende promocionar o convencer a los clientes de adquirir dicho producto o servicio.



### **Mezcla de Marketing o Marketing mix para Baluarte de la Champeta**

#### **Producto:**

Baluarte de la Champeta es una propuesta empresarial que busca satisfacer la necesidad de encontrar en la ciudad de Cartagena de Indias con un espacio netamente cultural, en donde se represente el estilo de vida de la ciudadanía con el empleo y concentración de instrumentos musicales propios para hacer música champeta; imágenes de los elementos propios y los escenarios utilizados para el desarrollo esta música, videos de los artistas más representativos, murales con las expresiones cotidianas de los nativos y que de alguna manera son representación del estilo Champetúo , el uso de tecnología de punta, salas de bailes, juegos, entre otros atractivos; todo lo anterior reunido en una edificación con salones amplios y confortables.

#### **Precio:**

Teniendo en cuenta el tipo de establecimiento, la calidad del servicio a ofrecer, el precio de los principales atractivos turísticos de la ciudad de Cartagena, el tamaño de la población objetivo y de acuerdo a la información recopilada en las encuestas aplicadas; se determinó que el precio que debe pagar cada visitante para ingresar a este lugar y disfrutar de una inigualable y novedosa experiencia, es de \$15.000 pesos colombianos por adulto; así mismo se considera importante utilizar tarifas promocionales que permitan atraer a todo tipo de público tales como estudiantes, niños y grupos en general, quedando de la siguiente manera:



Ilustración 2 Valor entrada Baluarte de la Champeta

<b>Tarifa Baluarte de la Champeta</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor p/p</b>
Adultos	\$15,000
Niños entre 6 y 12 años	\$13,000
Estudiantes	\$13,000
Grupos mayores a 10 personas	\$12,000
Niños entre 0 y 5 años	Entrada gratis

**Fuente:** Elaborado por emprendedoras.

**Plaza:**

Baluarte de la Champeta proyecta llegar a sus clientes (locales, turistas nacionales y extranjeros) a través de canales directos e indirectos. Dentro de los canales directos se utilizarán la preventa a través del uso de la página web para acceder a la taquilla y hacer reservas tanto individuales como para grupos; las solicitudes que ingresen por este canal tendrán un tiempo de respuesta no superior a 24 horas. Otro canal directo que se empleará es la televenta puesto que el establecimiento tendrá una línea telefónica fija disponible en el mismo horario de atención de lunes a sábado de 8:00am a 6:00pm, domingos y feriados de 9:00am a 5:00pm.

Por otro lado, los canales indirectos a emplear serán alianzas estratégicas con las agencias de viajes locales y en el resto del país con incentivos de venta para promocionar a Baluarte de la Champeta tanto a turistas nacionales y extranjeros; también se contará con puntos de venta



en los locales más concurridos además de convenios con el sector hotelero para la promoción del portafolio de servicios.

**Promoción:**

Si bien es cierto que el siglo XXI está dominado por el uso de las TIC'S donde el internet permite la divulgación de todo tipo de información, posibilita la inmediatez y acorta las barreras de espacio y de tiempo. Es por esto que Baluarte de la Champeta utilizará este medio para hacer publicidad y persuadir a sus clientes pero sin llegar de ser invasores, creando un marketing relacional que gira en torno de satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente.

Para promocionar Baluarte de la Champeta se hace indispensable el uso de las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) para crear un acercamiento de cómo será la experiencia al decidir ingresar a este centro de aprendizaje y diversión. Sin lugar a dudas los medios convencionales como prensa, televisión, correos electrónicos y radio permitirán llegar a potenciales clientes que por alguna razón sólo tienen acceso a estos medios de comunicación.



Ilustración 3 Perspectiva página web de Baluarte de la Champeta



**Fuente:** Elaborado por emprendedoras.

**DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO  
CREACIÓN DE EMPRESAS**



**1.2.3 Proyección de ventas**

INGRESOS									Incremento	3%	4%	5%	5%
									Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
NOMBRE DEL PRODUCTO	Cantidad a Vender	Unidad de medida	Costo Unitario	Precio venta	% de Ventas	Venta mes	Ingresos	Costo de ventas	Ingresos Anual				
ENTRADAS DE TURISTAS	5,000	UNIDAD	1,500	15,000	100%	5,000	75,000,000	7,500,000	900,000,000	927,000,000	964,080,000	1,012,284,000	1,062,898,200
ENTRADAS DE LOCALES	2,000	UNIDAD	1,500	15,000	100%	2,000	30,000,000	3,000,000	360,000,000	370,800,000	385,632,000	404,913,600	425,159,280
VENTAS RESTAURANTE	1,500	UNIDAD	5,500	13,000	100%	1,500	19,500,000	8,250,000	234,000,000	241,020,000	250,660,800	263,193,840	276,353,532
VENTAS SOUVENIRS	3,500	UNIDAD	1,500	10,000	100%	3,500	35,000,000	5,250,000	420,000,000	432,600,000	449,904,000	472,399,200	496,019,160
<b>TOTAL INGRESOS</b>							<b>159,500,000</b>	<b>24,000,000</b>	<b>1,914,000,000</b>	<b>1,971,420,000</b>	<b>2,050,276,800</b>	<b>2,152,790,640</b>	<b>2,260,430,172</b>

**Fuente:** Proyección de ventas por entrada a instalaciones tanto de turistas como cartageneros. Elaborado por emprendedores

**Análisis de proyección de ventas:**

La gráfica muestra la proyección de ventas de Baluarte de la Champeta, donde se estima que un mes ingresen aproximadamente 5.000 turistas y 2.000 cartageneros dando una cifra significativa de \$75.000.000 y \$30.000.000 respectivamente; también se tendrá ingresos por la venta de platos en el restaurante Sipote Mondongo y de la tienda de Souvenirs con ingresos de \$19.500.000 y \$35.000.000 respectivamente.



## 2. ANALISIS TECNICO - OPERATIVO

### 2.1. EL PRODUCTO

Baluartes de la Champeta es una empresa de servicios y productos culturales enfocados directamente en las manifestaciones del ritmo musical Champeta, en este lugar se recrea su historia, personajes más representativos, se podrá escuchar algunas canciones, interactuar con instrumentos musicales como guitarras, congas, baterías, pianos, entre otros; aprender pasos básicos del ritmo, jugar, etc. Todo lo anterior es posible gracias al uso de Actividades De Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI), permitiendo a los visitantes una experiencia sensorial completamente diferente en la que interactúa desde el inicio hasta el final del recorrido en este templo cultural.

#### **Escenarios de interacción**

Baluartes de la Champeta ofrecerá servicios calificados y distribuirá sus espacios de la siguiente manera:

**Sala Histórica La vieja guardia:** Aquí se contará cómo nació la Champeta, el significado de su nombre, quienes fueron sus progenitores y los personajes más representativos, aquellos que lastimosamente partieron de este mundo pero dejaron una huella imborrable, el mensaje de sus letras musicales, entre otros. Este salón exhibirá en sus paredes fotografías capturadas por las emprendedoras en donde se immortalizan los famosos toques de picós; también se encontrarán carteles coloridos que normalmente están pegados en las calles de la ciudad siendo estos una forma particular de divulgar la fecha y lugar de las presentaciones de los artistas Champetúos. Por otro lado, el recinto incluirá televisores para proyectar la biografía



de los cantantes más relevantes relatada por ellos mismos y un espacio para escoger el video más llamativo y proyectarlo mientras se está sentado en confortables asientos. En la parte central de la sala se exhiben en módulos protegidos con vidrio miniaturas de los picós y mesas digitales para que los adultos creen su cartel digital.



**Fuente:** Perspectiva de Sala La vieja guardia y manilla de visitantes. Fotografías por José Mejía, Museo del Caribe (Barranquilla) y captura de imagen video:

<https://www.youtube.com/watch?v=P-ijOcqOr5A>



**Sala didáctica e instrumental:** Desde baterías eléctricas, guitarras hasta Congas, los instrumentos podrán ser manipulados por el visitante de la manera correcta para hacer música champeta, esto con la ayuda de un video instructivo proyectado en pantallas.



**Sala de producción:** Aquí el visitante tendrá la oportunidad de crear y grabar una mezcla musical de champeta con los diferentes sonidos puestos a su disposición y además podrá conservarlos ya que lo podrá enviar a su correo electrónico o redes sociales. Pesando en que podría haber visitas masivas, se tuvo en cuenta colocar una sala de espera para aquellos que prefieran esperar cómodamente a quienes se atreven a mostrar su talento en las cámaras acústicas de grabación tal como lo hacen los artistas.



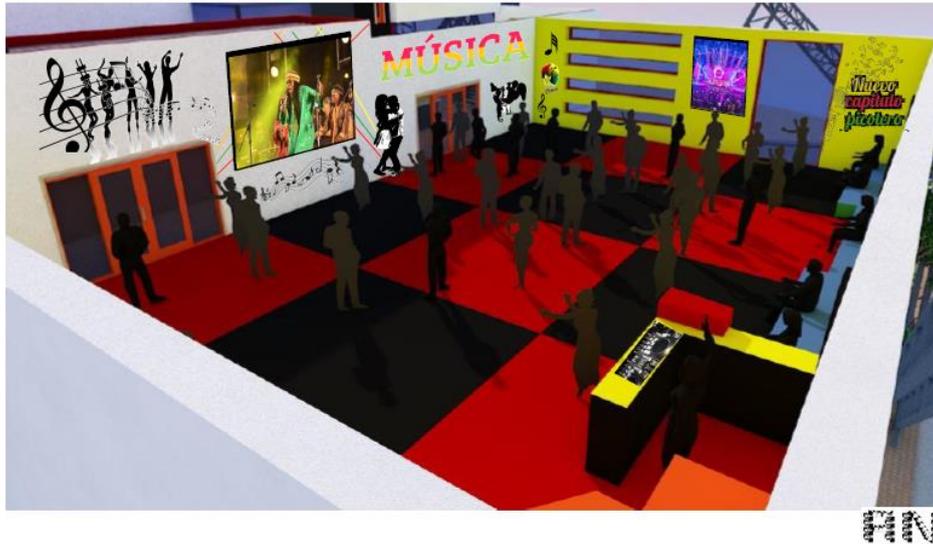
FIN

**Mural de jerga champetúa:** serán paredes que decorarán algunos de los pasillos del establecimiento y contemplará los diferentes términos coloquiales.



FIN

**La Sala El Espeluque:** Espacio destinado a enseñar los pasos básicos de la música Champeta con ayudas tecnológicas y personal calificado. Así mismo estará dividido para enseñar a niños y adultos ya que es necesario dirigirse de manera diferente.



**Sala de juegos El berroche efectivo:** Aquí las personas van a poder disfrutar y divertirse, ya que se encontrarán juegos destinados a adultos y niños: (Diccionario Champetúo, Karaoke Cae en la nota, Cógele el ritmo, Baila con Flow, Realidad virtual y Rompecabezas digital y los tradicionales juegos de la costa: Dominó y billar; a los que van a poder acceder de forma individual o en grupos. Se trata de una sala con paredes de vidrio que estratégicamente estará ubicada justo detrás de la recepción para desde el inicio llamar la atención de los visitantes de Baluarte de la Champeta.



**Tienda de souvenir:** Este es un local comercial local donde se encuentran detalles como gorras, pulseras, artesanías, imanes, camisetas, etc; que permiten recordar la experiencia. Para acceder a éste no es necesario pagar por la entrada de Baluarte de la Champeta ya que tendrá una puerta de acceso directa.





**Restaurante Sipote Filo:** En este restaurante se encontrarán platos típicos de la costa colombiana, que llevarán nombres recreados en la cultura champetúa. Los precios serán asequibles y al igual que la tienda de Souvenirs, no es necesario ingresar al centro cultural sino que tiene una puerta directa al público. La meta es convertirse en el lugar preferido por los cartageneros en el que se sientan identificados con cada sabor.



Por otro lado este establecimiento dispondrá de zona administrativa y cocineta (cocina interna para el personal vinculado), zona de parqueo de vehículos, facilidades de acceso para personas en condición de discapacidad tales como: Ramplas, Interpretación en lengua de señas y Sistema Closed Caption.



2.1.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

	<p><b>Dirección :</b></p>	<p><b>Teléfono:</b></p>
	<p><b>Fecha:</b></p>	
	<p><b>Artículo:</b> Baluarte de la Champeta</p>	
<p><b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO</b></p>		
<p><b>Proyección de imagen del establecimiento</b></p>		
<p><b>Nombre del Producto</b></p>	<p>Baluarte de la Champeta</p>	
<p><b>Generalidades</b></p>	<p>Baluarte de la Champeta es el primer lugar en Cartagena que tiene como temática principal la Champeta y todo lo que éste ritmo musical involucra como parte del acervo cultural del caribe colombiano.</p>	
<p><b>Calidad y/o Características</b></p>	<p>Baluarte de la Champeta ofrece a sus visitantes la oportunidad de aprender de forma didáctica todo lo relacionado con la historia, los personajes y todos los eventos que han dejado huella a través del desarrollo de este ritmo musical.</p>	



<p><b>Requisito generales</b></p>	<p>El establecimiento debe cumplir con todas las normas establecidas por la ley colombiana para su funcionamiento, y que garanticen la seguridad y el confort a cada visitante.</p>
<p><b>Requisitos específicos</b></p>	<p>Es indispensable contar con personal bilingüe y capacitado para ofrecer un servicio de eficaz, eficiente y de calidad (relación precio-producto).</p>
<p><b>Descripción del proceso</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso a sala de historia <i>La vieja guardia</i>.</li> <li>• Paso a la segunda sala llamada <i>Didáctica e instrumental</i>.</li> <li>• Tercer paso, <i>Sala de producción</i>.</li> <li>• Paso guiado a mural de jerga champetúa.</li> <li>• Ingreso a sala <i>El espeluque</i>.</li> <li>• Seguido a <i>El berroche efectivo</i>.</li> <li>• Toma de fotos en monumento y Photocall.</li> <li>• Invitación a restaurante <i>Sipote filo</i> y la tienda de Souvenirs.</li> </ul>

### 2.1.2. Innovación

Baluartes de la Champeta será el primer establecimiento en la ciudad de Cartagena en mostrar el ritmo popular y pegajoso llamado Champeta, de manera diferente las personas disfrutarán y conocerán con detalles todo lo relacionado de este género musical, pues la creatividad, el esparcimiento y el entretenimiento será la clave para asegurar a los visitantes una fascinante experiencia. Con diferentes salas temáticas e interactivas y de la mano de un talento humano calificado, las personas van a poder conocer más sobre la cultura de la música Champeta y todas aquellas razones que la hacen representativa de la ciudad de Cartagena de



Indias y a la vez cambiar esa connotación de violencia y desorden que se tiene por la de identidad y cultura de un pueblo.

Con la mejor tecnología de punta para brindar una experiencia sin igual, Baluarte de la Champeta se considera un establecimiento único e innovador, de tal manera que logrará posicionarse en el mercado turístico de Cartagena como uno de los sitios culturales más apetecidos para visitar ampliando la oferta de establecimientos culturales en la ciudad. Al tiempo que contribuye en la generación de empleos.

A través de Baluarte de la Champeta se apuesta a crear conciencia en las personas, de que no se trata solo del ritmo musical en sí, sino en todas las variables que encierra y que genera un significado intangible en el acervo cultural de los sectores más populares y afrodescendientes que reclaman sus derechos producto de la discriminación étnica que han vivido.

### **2.1.3. Descripción del proceso**

Cuando llega el visitante es atendido en la recepción por un colaborador carismático quien vende el tiquete de entrada por la suma de \$15.000, se le coloca en un lugar visible un brazalete y se dan las indicaciones para empezar a sumergirse en este pintoresco lugar. La ruta comienza en el tercer piso de la edificación, y el visitante es recibido por un guía de la llamada Sala histórica: “La vieja guardia” en donde disfrutará de la historia de la Champeta, los personajes, artistas y la información de aquellos eventos que han sido vitales para el desarrollo de esta expresión cultural, replicas en miniaturas de los llamados “pick ups”, todo con el apoyo de ayudas audiovisuales. Posteriormente, el visitante es direccionado a la sala



siguiente que lleva por nombre Sala Didáctica e instrumental, en este espacio es requisito manipular los instrumentos y se recibirá tutoría virtual del uso correcto de los mismos.

En la tercera sala llamada Producción, el visitante tiene la posibilidad de grabar pequeñas letras musicales de este género y adicionar efectos para crear una mezcla de champeta, con la oportunidad de compartirlas de forma instantánea a través de las redes sociales y medios electrónicos, esta es una aplicación fácil de manipular tanto para adultos como para niños. Al salir de este espacio el personal es direccionado al segundo piso donde encontrará murales coloridos que contienen un gran número de términos utilizados diariamente por los cartageneros y en general en la costa caribe colombiana, aquí podrán tomarse fotos para posteriormente pasar a la sala El Espeluque, el usuario se encuentran con un colaborador con profesión de bailarín quien estará atento a indicarles los pases básicos a la hora de bailar champeta, con el apoyo de videos clic tutoriales dispuesto para el receptor.

Al salir de esta habitación, se les indica el camino a la amplia y divertida sala de juegos: El berroche efectivo, para disfrutar de juegos como:

**Diccionario Champetúo:** Este juego consiste en que el participante debe seleccionar respuestas acertadas en torno al mundo de la Champeta.

**Karaoke, Cae en la nota:** Como el nombre lo indica, el visitante debe tratar de caer en la nota de la canción reproducida.

**Cógele el ritmo:** Este es un desafío mental que consiste en trasladar una herramienta metálica hueca que es atravesada por una figura (en forma de instrumentos musicales) a la cual no se debe tropezar ya que se reiniciaría el cronómetro. Para hacer más difícil el desafío,



desde el momento en que se levanta dicha figura, empieza a escucharse una canción de música Champeta.

**Baila con Flow:** Este juego consiste en subir a una pista de baile y frente a una cámara demostrar en pocos segundos lo aprendido en la sala anterior (El Espeluque) y se reproducirá un video corto en cámara lenta con la posibilidad de subir esta grabación a sus redes sociales o enviarlo a los medios electrónicos.

**Realidad virtual:** Baluarte de la Champeta ratifica su apuesta a la tecnología y en este espacio de la sala, los participantes deben usar gafas de realidad virtual que los transportará a un famoso “baile de champeta”, ver cómo es una presentación con los famosos “Pick ups” y sentir de cerca a los cartageneros disfrutando del espectáculo.

**Rompecabezas digital:** El uso de la tecnología es algo que usa mucho Baluarte de la Champeta, y esta dinámica se basa en armar rompecabezas de niveles fáciles, intermedio y difícil para niños y adultos.

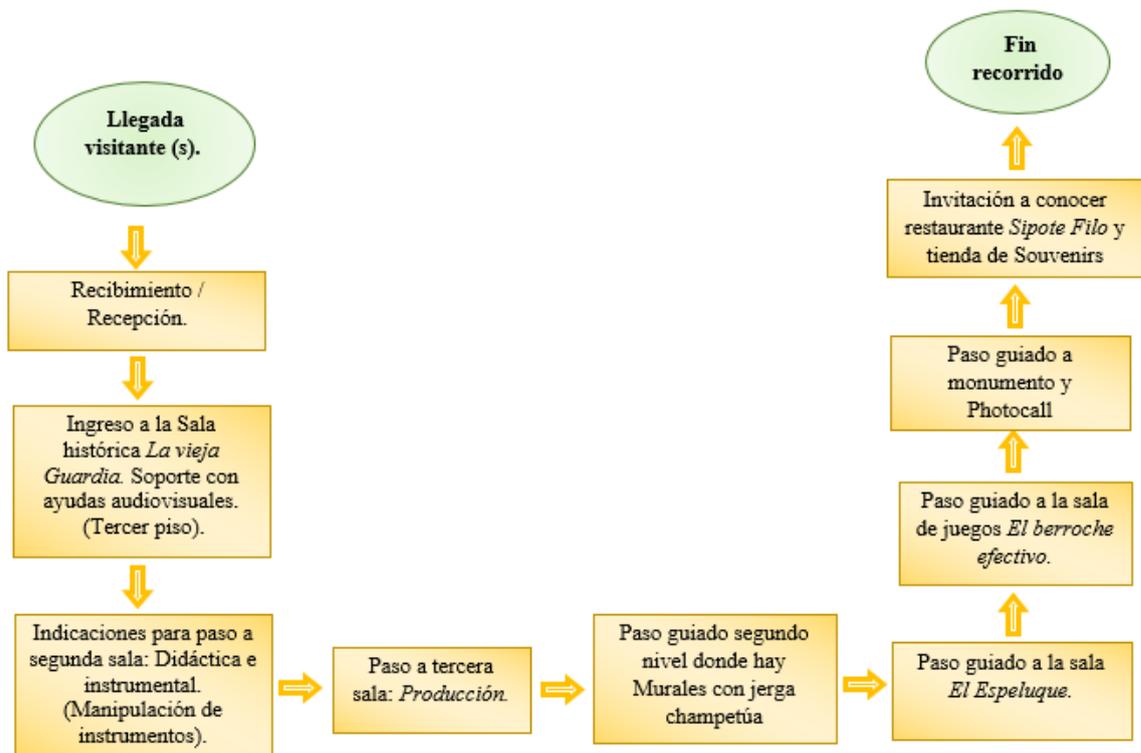
Acto seguido, se sugiere acercarse al monumento hecho como homenaje al cantante y compositor Viviano Torres más conocido como Anne Swing, el pionero en el ritmo musical y quien merece todo el reconocimiento. Como parte de ese toque de humor, se encontrará con Photocalls que recrea el toque de los populares “Pick ups” (coloridos y grandes equipos de sonido dispuestos a la reproducir las melodías champetúas, y que sin duda llaman la atención de la ciudadanía permitiendo el disfrute de las letras de las canciones), para que el visitante inserte su cabeza e inmortalice ese momento cómico.



Finalmente, se invita a los usuarios a conocer la tienda de Souvenirs y el llamativo restaurante Sipote filo el cual sirve platos típicos de la costa colombiana, los cuales llevan nombres llamativos y representativos de la cultura champetúa. Este sería el fin del recorrido.

Nota: es importante mencionar que en cada sala se contará con la presencia de un colaborador quienes estarán atentos a asistir y guiar a los visitantes.

Ilustración 4 Paso a paso visita a Baluarte de la Champeta



**Fuente:** Elaborado por emprendedores.



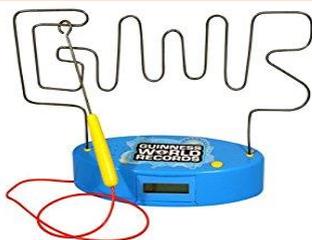
#### 2.1.4. Necesidades y requerimientos

Para el funcionamiento de Baluarte de la Champeta será necesario contar con instalaciones amplias y confortables donde se puedan hacer uso los diferentes atractivos y elementos tecnológicos dispuestos para los visitantes, para esto se contempla arrendar un terreno el cual se adaptaría a las necesidades y requerimientos locativos.

Tabla 2 **TECNOLOGÍA, EQUIPOS E INSTRUMENTOS MUSICALES**

<b>Cantidad</b>	<b>Equipos y materiales</b>	<b>Descripción</b>	<b>Detalle visual</b>
4	Video Walls	Permitirán la proyección de imágenes, videos y sonidos necesarios para cada una de las salas en donde sean requeridos	
12	Tablets hp	Servirán de soporte para la proyección de imágenes, videos y sonidos, como también la interacción con el visitante, debido a que es posible manipular su contenido	
2	Samsung Gear VR	Para brindar la mejor y más fascinante experiencia de visualización	
2	Cámara Samsung gear vr 360	Más allá de la imaginación será una forma fácil de sumergirse en la experiencia	



1	Elektromos ugyességi játék (Juego de pulso)	Herramienta esencial e interactiva propia de la sala de juegos	
12	Audífonos hp	Permitirán moderar los sonidos dentro de cada sala en las que se proyecten videos y música	
2	Equipos de sonido SAMSUNG	Permitirán difundir la música de forma controlada y especializada	
2	Video beam SAMSUNG	Para la proyección de imágenes y videos este será de gran utilidad	
8	Parlantes inalámbricos hp	Con estos se tendrá un total control y difusión del sonido en cada sala	
1	Guitarra eléctrica	Instrumento utilizado para armonizar y lograr crear el ritmo musical de la champeta y que podrá ser manipulado por el publico	



1	Batería	Instrumento utilizado para armonizar y lograr crear el ritmo musical de la champeta y que podrá ser manipulado por el publico	
1	Trompeta	Instrumento utilizado para armonizar y lograr crear el ritmo musical de la champeta	
1	Congas	Instrumento utilizado para armonizar y lograr crear el ritmo musical de la champeta	
1	Piano Casio WK 7600	Instrumento utilizado para armonizar y lograr crear el ritmo musical de la champeta y que podrá ser manipulado por el publico	
2	Micrófono	Instrumento utilizado para armonizar y lograr crear el ritmo musical de la champeta y que podrá ser manipulado por el publico	



1	Bajo fender	Instrumento utilizado para armonizar y lograr crear el ritmo musical de la champeta y que podrá ser manipulado por el publico	
2	Amplificador de sonido	Utilizado para armonizar y lograr crear el ritmo musical de la champeta	
2	Microfono blue bluebird	Es la pieza clave de la sala de grabación	
1	Interfaz	Equipo requerido en la sala de producción, este es el encargado de pre amplificar la señal del micrófono al nivel ideal	
1	Preamp	Equipo requerido en la sala de producción, este es el encargado de pre amplificar la señal del micrófono al nivel ideal	
1	DAW (o software de producción musical)	Es el software que permite grabar, editar y mezclar en el computador. Es necesario para la sala de producción.	



1	Monitores	Necesarios para producir la señal del audio de forma transparente. Indispensables en la sala de producción	
1	Controlador MIDI	Evitan el uso excesivo y aburrido del mouse, en el estudio se aceleran ciertos procesos y hacen mucho más intuitiva, autentica y divertida la producción.	
1	Tratamiento Acústico	Propio para capturar grabaciones limpias y hacer mezclas detalladas	

**Tabla 3 EQUIPOS DE OFICINA, MUEBLES E IMPLEMENTOS**

Cantidad	Equipos y materiales	Descripción	Detalle visual
1	Módulo de recepción	Este permitirá atender al público de manera ordenada y oportuna	
5	Vitrina expositora	Ideal para la tienda de souvenir, pues permitirá mostrar a los visitantes los diferentes detalles y objetos ofrecidos	
4	Escritorio	Propios para el entorno y debido desarrollo del trabajo en cada	



		una de las dependencias.	
8	Silla de oficina	Estas son esenciales para proporcionar la comodidad de nuestro personal de trabajo	
10	Sillas	Necesarias para proporcionar un buen ambiente y comodidad.	
8	Teléfonos	Estos facilitarán la comunicación interna y externa.	
2	Foto copiadora hp	Herramienta esencial para funciones de oficina.	
	Papelería de oficina	Resma de papel, lapiceros, perforadoras, carpetas, tijeras, resaltadores, grapadora, entre otros.	
10	Cámaras de seguridad	Para garantizar la seguridad en el establecimiento y sus alrededores	
	Lámparas o reflectores LED.	Estas permitirán el balance y equilibrio requerido para el aprecio del visitante en las instalaciones como también ayudar a que se conserven los materiales.	



**Tabla 4 EQUIPOS Y HERRAMIENTAS DEL RESTAURANTE**

Cantidad	Equipos y materiales	Descripción	Detalle visual
1	Estufa compacta san-son	Esta es esencial para la preparación de los platillos a ofrecer	
	Licuadora Oster	Herramienta necesaria para la preparación de los alimentos	
1	Horno microondas	Es un complemento en la cocina para calentar los alimentos que así lo requieran	
1	Refrigerador Mabel	Indispensable para mantener y conservar los alimentos	



2	Olla a presión	Herramienta necesaria para la cocción de los alimentos	
5	Ollas de aluminio	Apropiadas para la preparación de los alimentos	
3	Caldero Imusa	Este es indispensable en la cocina para preparar alimentos	
	Vajilla clean plates	Implementos de cocina necesarios para servir los alimentos en el restaurante (Platos, vasos, copas, cucharas y tenedores)	
	Juego de cocina	Instrumentos de cocina esenciales para la preparación de los alimentos (Cucharones, trinchas y cucharas grandes)	



6	Mesas de PVC	Propias para brindar a los clientes un confortable servicio, debido a que son muy cómodas y amplias	
24	Sillas	Estas son cómodas y modernas, mantienen la postura y permiten la relajación.	

**Tabla 5 PROVEEDORES**

Equipos y materiales	Descripción	Detalle visual
Almacenes Makro	Principal proveedor de insumos para el restaurante	
Postobon	Proveedor de bebidas refrescantes y azucaradas para ofrecer en el restaurante	
Coca Cola	Proveedor de bebidas refrescantes y azucaradas para ofrecer en el restaurante	



Frito lay	Proveedor de mecatos para abastecer el restaurante	
Planeta champeta	Proveedores de mercancías con estilos referentes a la música champeta, indispensables en tienda de souvenir	
	Proveedores de artesanías propias del departamento de Bolívar, indispensable para la tienda de souvenir	

### 2.1.5. Presupuesto de producción

Tabla 6 Presupuesto de producción para baluarte de la champeta

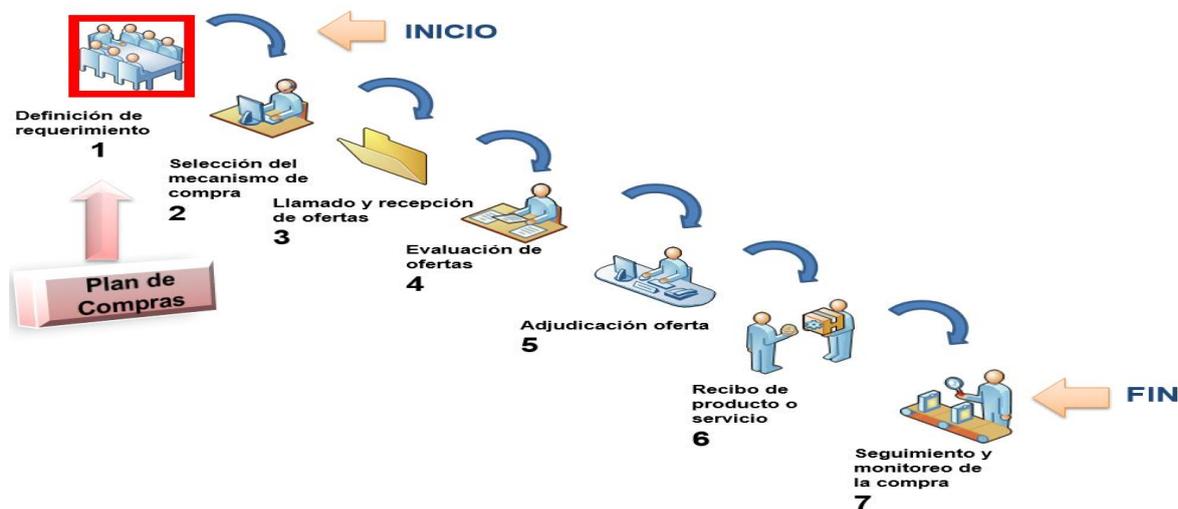
NOMBRE DEL PRODUCTO	Cantidad a Vender x mes	Costo Unitario	Precio venta
ENTRADAS DE TURISTAS	5,000	4000	15,000
ENTRADAS DE LOCALES	2,000	4000	15,000
VENTAS RESTAURANTE	1,500	5,500	13,000
VENTAS SOUVENIRS	3,500	1,500	10,000

### 2.1.6. Plan de compras

Baluarte de la Champeta para realizar su proceso de compra tendrá en cuenta el siguiente procedimiento.



Ilustración 5 Plan de compras para Baluarte de la Champeta



**Fuente:** <https://es.scribd.com/doc/3260391/PLAN-DE-COMPRAS>

Definición del requerimiento:

Se debe contemplar al momento de definir el requerimiento en primera instancia una reunión de trabajo con el o los departamentos que solicitan el requerimiento, hacer un análisis de datos históricos es decir, mirar el comportamiento en años anteriores, revisar las existencias.

Selección del mecanismo de compra:

Se debe realizar una lista donde se establezcan los detalles de las compras a realizar deberá incluir el tiempo de compra y el tiempo que demora dicho proceso.

Llamado y Recepción de oferta:



El jefe de compra deberá enviar cotizaciones a proveedores con el fin de tener diferentes alternativas teniendo en cuenta calidad, costo y tiempos de entrega.

Evaluación de ofertas:

El jefe de compras deberá reunirse con el gerente para evaluar, revisar y validar presupuestos para decidir a cual proveedor comprar.

Adjudicación oferta:

Se procede a seleccionar y generar orden de compra a la mejor oferta otorgada por proveedores de acuerdo a las necesidades y requerimientos establecidos.

6 .Recibo de productos y servicios:

Consiste en verificar con la factura en mano que las cantidades recibidas concuerden con las que están facturadas.

Seguimiento y monitoreo de la compra:

Se deben identificar y asignar responsables para el desarrollo de esta etapa en la cual deben brindar informes bimestrales para hacer los respectivos ajustes de ser necesario.



Tabla 7 Equipos para abastecer salas de Baluarte de la Champeta

Cantidad	Descripción	Fecha de compra	Valor unitario	Valor total estimado.
4	Video Walls		\$ 1.600.000	\$6.400.000
12	Tablets hp		\$ 577.000	\$6.924.000
6	Cámara		\$ 499.000	\$ 2.994.000
1	Elektromos		\$ 265.0000	\$ 265.000
12	Audífonos hp		\$ 43.900	\$526.800
2	Equipos de		\$ 1.399.900	\$2.799.800
2	Video beam		\$1.450.000	\$2900.000
8	Parlantes		\$ 399.000	3.192.000
1	Guitarra		\$1.259.000	\$1.259.000
1	Batería		\$ 2.609.100	\$ 2.609.100
1	Trompeta		\$ 2.100.000	\$ 2.100.000
1	Congas		\$1.149.000	\$1.149.000
1	Piano Casio WK		\$ 1.482.705	\$ 1.482.705
2	Micrófono		\$ 583.000	1.166.000
1	Bajo Fender		\$ 535.200	\$ 535.200
2	Amplificador		469.2	938.4
2	Micrófono blue		\$1.497.000	2.994
1	Interfaz		\$ 449.000	\$ 449.000
1	Preamp		\$ 450.000	\$ 450.000
1	DAW (o		\$ 1.767050	\$ 1.767050
1	Monitores		\$1.624.000	\$1.624.000
1	Controlador		\$627.000	\$627.000
1	Tratamiento		\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
2	Manillas de		\$ 200	\$ 400.000
1	Mesa de billar		\$750.000	\$ 750.000
				\$ 47.502.055



Tabla 8 Equipos de oficina, muebles e implementos

Cantidad	Descripción	Fecha de compra	Valor unitario estimado	Valor total estimado
1	Módulo de recepción		\$ 700.000	\$ 700.000
5	Vitrina expositora		\$ 300.000	\$1.500.000
4	Escritorio		\$ 339.900	\$ 1.359.600
8	Silla de oficina		\$ 170.000	\$1.360.000
10	Sillas		\$ 45.000	\$450.000
8	Teléfonos fijos		\$30.000	\$240.000
20	Lámparas o reflectores LED.		\$15.000	\$ 300.000
8	Cámaras de seguridad		\$300.000	\$ 2.400.000
3	Televisores		\$ 1.200.000	\$ 3.600.000
1	Router		\$ 800.001	\$ 800.000
				<b>12.709.600</b>

Tabla 9 Equipos y herramientas del restaurante.

Cantidad	Descripción	Fecha compra	Valor unitario estimado	Valor total estimado
1	Estufa compacta san-son		\$3.000.000	\$3.000.000
2	Licuada Oster		\$137.900	\$275.800
1	Horno microondas		\$ 230.000	\$ 230.000
1	Refrigerador Mabel		\$1.900.000	\$ 1.900.000
2	Olla a presión		\$ 150.000	\$ 300.0000
5	Ollas de aluminio		\$ 31.800	\$ 159.000
3	Caldero Imusa		\$76000	\$228000
4	Vajilla clean plates		\$100.000	\$ 400.000
1	Juego de cocina en acero		\$61.000	\$ 61000
10	Juego Mesas y sillas de PVC		\$ 250.000	\$ 2.500.000
1	Mesa de trabajo en Acero inoxidable (1.10X60X90 de alto		280	\$ 280.000
				<b>\$12.033.800</b>



Outsourcing y Leasing	Valor mensual
Outsourcing vigilancia	\$ 2.0000000
Outsourcing Aseo	\$ 3.000.000
Leasing tecnologías y equipos	\$ 7.000.000

### 2.1.7. Proveedores

Sin duda los proveedores juegan un papel importante y saber escogerlo aún más ya que si no se cuenta con la materia prima o los servicios contratados, no se puede ofrecer el servicio que el cliente espera.

Para la elección de los proveedores de Baluarte de la Champeta, fue necesario analizar los precios del mercado, la calidad de la materia prima, el prestigio, las formas de pago y el estado del material al recibirlo en las instalaciones del establecimiento. Por lo tanto, este es el listado de las empresas que abastecerán a Baluarte de la Champeta y que permitirán cumplir con la promesa de ofrecer un servicio de calidad a todos sus visitantes:

#### **Proveedores primarios**

Hace referencia a las empresas prestadoras de servicios públicos y aquellas otras que facilitan las piezas claves para ambientar el lugar y cumplir con la promesa de compra.

Servicios públicos: Las compañías que abastecerán de energía eléctrica, agua potable, gas natural, telefonía fija e internet son: Electricaribe, Aguas de Cartagena, Surtigas y Tigo Une.



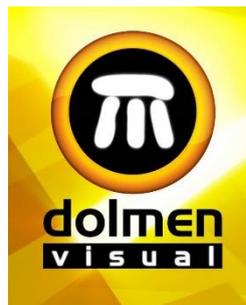
**Tecnología:**

Samsung:

# SAMSUNG

Samsung es una compañía prestigiosa y que ofrece un abanico de opciones en cuanto a tecnología se trata. Baluarte de la Champeta desde un principio plantea el uso de tecnología de punta y para esto se contará con cámaras Gear 360, gafas Gear VR (Virtual reality), Video walls, elementos esenciales para las grabaciones y proyección de realidad virtual de la sala de juegos El berroche efectivo; y Televisores empleados como ayudas audiovisuales en cada sala y áreas del edificio.

Dolmen visual:



Esta empresa con sede en Barranquilla es especializada en productos publicitarios tanto impresos como digitales. Al contratar sus servicios, Baluarte de la Champeta se dará a conocer en cada rincón de Cartagena de Indias ya que son expertos en realizar vallas publicitarias, pantallas digitales, directorios digitales, avisos volumétricos en acrílico, avisos



metálicos, entre otros. Sin duda alguna, será un importante proveedor en cuanto a marketing se refiere.

Tigo Une:



Se contratará con Tigo-Una el servicio de telefonía fija e internet banda ancha de alta velocidad para uso de los clientes internos (para uso de oficinas) y externos (visitantes de Baluarte de la Champeta).

Falabella:



En la tienda Falabella se adquirirán los videos proyectores o video beams necesarios para la proyección de videos de algunas de las salas de Baluarte de la Champeta.



Zeus Tecnología:



Empresa colombiana que ofrece servicios integrales que sirven de gran apoyo para al área administrativa para el desarrollo de sus debidas funciones y la toma de pedidos de A&B.

Tales como: Zeus Nómina y Zeus Pos Touch.

Ignis Soluciones Informáticas:



Este proveedor con sede en el municipio de Turbaco, proporcionará el software que facilita el registro de número de visitantes de Baluarte de la Champeta.

Papelería:



Papelería Jonan: Con 50 años de experiencia, es la empresa ideal para el suministro de elementos de oficina.



**Mobiliaria:**

Homecenter: Aquí se comprarán los elementos decorativos, de mobiliaria para la edificación y elementos de cocina tales como hornos, estufas, neveras y recipientes.



**Instrumentos musicales:**

Casa musical Cartagena: Aquí se comprarán uno de los activos más interesantes de Baluarte de la Champeta.





### 3. ORGANIZACIONAL Y LEGAL

#### 3.1. ORGANIZACIONAL

En esta parte del documento comprende mostrar al lector la estructura organizacional de Baluarte de la Champeta, aspectos que evidencian la esencia, las metas que pretende alcanzar y cómo será su constitución legal para cumplir con lo establecido por la ley colombiana.

#### **Ubicación geográfica tentativa de Baluarte de la Champeta:**

Sin lugar a dudas la ubicación es una decisión estratégica que repercute en el reconocimiento de un establecimiento y su continuidad en el mercado.

Además de escuchar la opinión de los clientes potenciales y saber sus preferencias en cuál es el lugar idóneo para que Baluarte de la Champeta abra sus puertas al público, se hizo uso del Método Cualitativo por puntos para el que básicamente es necesario listar lugares tentativos y ponderarlos de tal manera se seleccione el que obtenga la puntuación más alta frente a los que se ha comparado.

En un futuro, se tiene pensado ubicar a Baluarte de la Champeta en un espacio en el que sea posible construir un edificio con un diseño diferente, pero como se debe tener en cuenta todos los aspectos que permitan evidenciar la viabilidad del proyecto, inicialmente se alquilará una casa colonial en el centro histórico o el alquiler de un lote con adaptaciones prefabricadas para empezar a funcionar.

Posteriormente se realizarán los esfuerzos necesarios para construir un establecimiento en el histórico barrio Chambacú, para lo cual se empleó el Método cualitativo por puntos en donde se confrontó aspectos como la accesibilidad, cercanía a los principales atractivos turísticos, la posibilidad de construcción del edificio, los costos de los servicios públicos y la



seguridad; frente a los barrios Centro histórico, Getsemaní, Bocagrande y Chambacú. Los resultados se evidencian en la siguiente tabla:

METODO CULITATIVO POR PUNTOS									
FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN				CALIFICACIÓN PONDERADA			
		CENTRO HISTÓRICO	GETSEMANÍ	BOCAGRANDE	CHAMBACÚ	CENTRO HISTÓRICO	GETSEMANÍ	BOCAGRANDE	CHAMBACÚ
Accesibilidad	0.5	7	7	6	8	3.5	3.5	3	4
Cerca atracciones turísticas	0.025	10	9	5	8	0.25	0.225	0.125	0.2
Construcción de edificación	0.25	2	2	8	10	0.5	0.5	2	2.5
Costo de servicios públicos	0.025	1	2	1	5	0.025	0.05	0.025	0.125
Seguridad	0.2	7	7	7	4	1.4	1.4	1.4	0.8
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>					<b>5.675</b>	<b>5.675</b>	<b>6.55</b>	<b>7.625</b>

**Fuente:** Apreciación de emprendedoras.

Los resultados demuestran que Chambacú es el lugar con mayor valoración y es un resultado valioso ya que este espacio está marcado por su historia y raíces africanas, además de considerar que es un espacio abierto y comparado con los barrios Centro y Getsemaní, permite la construcción de una edificación con estas características.

Futuro lugar de operación:

CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR OPERACIÓN		
FOTO	DIRECCIÓN	ATRACCIONES CERCANAS
	<p>Avenida Pedro de Heredia, barrio Chambacú</p>	<p>Está frente al centro comercial Mall Plaza. A tres (3) minutos caminando del Fuerte de San Felipe y a cinco (5) minutos del centro histórico de Cartagena.</p>

**Fuente:** Foto Google maps Cartagena, barrio Chambacú.



### **Tamaño de la empresa**

De acuerdo a las leyes colombianas una compañía pequeña contiene entre once (11) y cincuenta (50) colaboradores, esta descripción es la que más se acerca a las características establecidas para el novedoso centro cultural en la ciudad de Cartagena llamado Baluarte de la Champeta. Este novedoso proyecto contará con 28 colaboradores quienes laborarán de la siguiente manera: 1 Ingeniero de sistemas, 1 almacenista, 1 técnico electricista, 2 meseros, 2 cocineros, 1 cajero, 10 operarios para las salas y Recepción, más 1 supernumerario para un total de 20 colaboradores de planta operativa y 6 del área administrativa conformada por 1 Gerente operativo, 1 Chef ejecutivo, 1 contador, 1 Auxiliar contable, 1 Relacionista público y 1 encargado de Gestión humana. Por último, en el área de Ventas, 1 Jefe de ventas y 1 Analista de mercadeo.

Entre tanto, la empresa comenzará con la suma de \$284.468.418 como inversión inicial requerida, los cuales están representados en adecuación de instalaciones, constitución legal y en activos fijos tales como planta física, muebles, maquinaria e implementos para la prestación del servicio. Cabe aclarar que se buscarán fuentes de financiación no sólo con entidades financieras sino que participarán en convocatorias de Cemprende o Fondo Emprender, además de adquirir otros inversionistas y de esta manera responder a imprevistos, se contará con la suma de \$351.335.663.

### **ESTUDIO SECTORIAL SEGÚN CLASIFICACION CIU**

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de las actividades económicas (CIU) es un sistema que facilita al usuario la interpretación y aplicación de la clasificación de las unidades económicas según su actividad económica principal (DANE), así que se aprovechó



esta fabulosa herramienta para identificar la actividad económica que representa Baluarte de la Champeta. Por ser una propuesta destinada a ofrecer servicios muy parecidos a lo que se brinda en un museo (con un plus diferenciador de tecnología e interactividad), encaja en la sección R que abarca las actividades de interés cultural, entretenimiento y recreación cultural; división 91 que corresponde a las actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales; de grupo 910 que incluye los lugares naturales de interés histórico, cultural o educativo; y finalmente es de clase 9102 que reúne las actividades y funcionamientos de museos (toda clase de museos), conservación de edificios y sitios históricos.

División	Grupo	Clase	Descripción
91			<b>Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales</b>
	910		Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
		9101	Actividades de bibliotecas y archivos
		9102	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos
		9103	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales

**Fuente:** Estructura detallada CIU 4 A.C DANE.

Es válido aclarar que es un lugar sin precedentes en Cartagena de indias pero el tipo de establecimiento que más se acerca a lo que se pretende crear, son las casas culturales.



## IDENTIDAD CORPORATIVA



### MISION

Baluartes de la Champeta es una empresa creada para ofrecer servicios culturales y de esparcimiento entorno al ritmo Champeta resaltando su historia, los personajes más representativos y aquellos eventos que la caracterizan, para satisfacer las necesidades de nativos, turistas nacionales y extranjeros; despertando en ellos nuevas sensaciones y opiniones al momento de conocer e interactuar con este ritmo musical, garantizando calidad en los productos y servicios superando las expectativas de los potenciales clientes y así alcanzar mayor nivel de participación en el mercado que conlleven al crecimiento sostenible de la empresa.



### VISION

Para el año 2023 Baluartes de la Champeta será, una empresa cultural reconocida a nivel local, nacional e internacional por fomentar esparcimiento a través del fenómeno cultural de la champeta, generando un impacto en este tipo de mercado por la innovación en la prestación de los servicios y productos culturales.



### Logotipo de Baluarte de la Champeta



El logotipo de Baluarte de la Champeta representa la raza de descendencia africana que habita en la mágica Cartagena y el resto del Caribe colombiano, y que a través de la música, el baile y otras expresiones culturales muestran sus costumbres, actitudes e identidad. Mostrando los colores que conforman la bandera de Cartagena de indias y a la vez los colores más representativos en el “mundo” champetúo; son esos mismos colores los que denotan la alegría, el berroche, empuje y popularidad típica del ritmo musical insignia llamado Champeta.

El verde representa la ecología-naturaleza de esta tierra, amarillo es la representación del imponente sol, el rojo es la sangre que simboliza la cultura; finalmente la mujer afrodescendiente canta frente a un micrófono como símbolo del fenómeno cultural Champeta.



## Slogan

### *Experiencia raizal*

Experiencia es una palabra que se repite mucho a lo largo de la presente propuesta empresarial, pero es precisamente lo que se pretende ofrecer a los visitantes, un recorrido que permita sentir de cerca la manifestación cultural de esta ciudad.

Este es el eslogan escogido para Baluarte de la Champeta que invita a sumergirse en una actividad diferente e inolvidable.

### **3.1.1. Concepto del negocio – función empresarial.**

Baluarte de la Champeta tiene como cuna Cartagena de indias, una ciudad turística por excelencia y que enamora a sus visitantes con el encanto de sus calles, casas coloniales, sus historias y todas aquellas manifestaciones culturales que denotan el diamante en bruto que aún está por explotar.

Este novedoso establecimiento será el primero en contener historia, exponer instrumentos empleados para la producción de música Champeta, proyecciones de videos, espacios para enseñar pases básicos del ritmo musical y especializados tanto para niños, adolescentes como para adultos, espacios para grabar cortas letras de canciones y la posibilidad de enviarla a redes sociales, juegos para personas de todas las edades, murales con la jerga champetúa, Photocalls; además de contar con un restaurante temático y una tienda de recuerdos. Todas estas características hacen de Baluarte de la Champeta un lugar sin precedentes y que seguramente contribuirá al desarrollo económico de la ciudad de Cartagena de indias ya que



generará opciones de empleo y por supuesto el personal debe ser nativo para que se sienta identificado y hable con propiedad a la hora de la atención de visitantes.

La propuesta de valor de Baluarte de la Champeta se basa en cada visitante ingresa con una expectativa diferente y al salir del establecimiento se van con una enseñanza y el recuerdo de una experiencia única en Cartagena de indias.

### **3.1.2. Objetivos de la empresa**

#### **Objetivo general:**

Crear un establecimiento en la ciudad de Cartagena de indias que recree, exponga y permita a los visitantes vivir de manera didáctica, interactiva y musical, experiencias gratas alrededor de la cultura de la Champeta; aplicando los estudios de mercado, técnico y financieros que posibiliten identificar cuán viable es Baluarte de la Champeta.



**Objetivos específicos:**

- ✓ Identificar la demanda potencial de Baluarte de la Champeta, a partir del estudio de mercado.
- ✓ Utilizar elementos históricos, didácticos, tecnológicos y amigables con el medio ambiente, además de contratar talento humano calificado que permitan al visitante de Baluarte de la Champeta vivir una experiencia inolvidable en el corralito de piedra.
- ✓ Concretar estrategias comerciales con los diferentes agentes turísticos a nivel local, nacional e internacional para permanecer en el mercado y hacer de Baluarte de la Champeta una visita obligada en Cartagena de indias.
- ✓ Analizar los costos de los insumos e implementos necesarios para la operación de Baluarte de la Champeta.



### 3.1.3. Análisis DOFA





**Tabla 10 Estrategias y acciones**

<b>ORGANIZACIÓN</b>	<p><b>Fortalezas (F)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cuna de la champeta</li> <li>✓ Innovación.</li> <li>✓ Precios asequibles</li> <li>✓ Excelente servicio al cliente.</li> <li>✓ Canales de ventas</li> </ul>	<p><b>Debilidades (D)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capital para la inversión</li> <li>✓ Nuevo en el mercado de servicios culturales</li> </ul>
<p><b>Oportunidades(O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Alianzas estratégicas con agencias de turismo, hoteles y aerolíneas.</li> <li>✓ Llegada masiva de turistas nacionales y extranjeros en todo el año</li> </ul>	<p><b>Estrategias F-O</b></p> <p>Perfeccionar las fortalezas internas para potencializarlas y aprovechar las oportunidades.</p>	<p><b>Estrategias D-O</b></p> <p>Superar y mejorar las debilidades utilizando y aprovechando las oportunidades identificadas durante el proceso.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Amenazas Posible monopolio de las empresas turísticas existentes</li> <li>✓ Volatilidad macroeconómica de las económicas regionales y globales</li> </ul>	<p><b>Estrategias F-A</b></p> <p>Utilizar las fortalezas identificadas para contrarrestar las amenazas.</p>	<p><b>Estrategias D-A</b></p> <p>Minimizar peligros y debilidades del sector para así evitar amenazas.</p>



<p style="text-align: center;"><b>Factores externos</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Factores propios</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades Externas</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas externas</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas de baluarte de la champeta</b></p>	<p style="text-align: center;">Brindar servicios y productos culturales acordes a las necesidades y requerimientos del mercado objetivo</p> <p style="text-align: center;">Priorizar el servicio y atención al cliente es fundamental para crecer en el mercado</p>	<p style="text-align: center;">Contar con proveedores y canales de ventas idóneos que a pesar de cambios económicos permitan mantener precios estables para los clientes.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Debilidades de Baluarte de la Champeta</b></p>	<p style="text-align: center;">Establecer alianzas estratégicas con agencias de turismo</p>	<p style="text-align: center;">Puesta en marcha de Baluarte de la Champeta para obtener reconocimiento por parte de los clientes. Mantener e incrementar ventas para aumentar capital para seguir innovando y ser más competitivos en el mercado.</p>

### 3.1.4. Grupo emprendedor

#### **DIANA MARCELA GUARDO PEREIRA:**

Programa: Administración de empresas. Facultad de Ciencias Administrativas.

Nivel Académico: Administrador de empresas.

Competencias laborales: Mujer con valores, emprendedora, proactiva, puntual y luchadora; con buen manejo de relaciones interpersonales y trabajo en equipo, con actitud de liderazgo, responsable y comprometida con las labores que sean asignadas.

Conocimientos puntuales acerca del tema o idea propuesta en el proyecto:



Experiencia en la temática: desenvolvimiento en servicio al cliente, manejo de inventarios, dirección y apoyo de proyectos empresariales.

**YAINIS INGRIS MORENO MORENO:**

Programa: Administración de empresas. Facultad de Ciencias Administrativas.

Nivel Académico: Administrador de empresas.

Competencias laborales: Una persona con grandes expectativas laborales, de buen carácter, de decisiones a tomar, de buenas relaciones interpersonales e interdisciplinarias, atenta, con excelente adaptación a los cambios del entorno, educada, responsable, honesta, activa- proactiva y de buena capacidad para trabajo en equipo.

Conocimientos puntuales acerca del tema o idea propuesta en el proyecto: habilidades y competencias para el desempeño en el área de Planeación, Recursos humanos, Mercadeo, Contabilidad, Logística comercial y área de Producción como también para crear e implementar estrategias para el mejoramiento, desarrollo y optimización en los planes de la empresa.

Experiencia en la temática: Habilidades gerenciales, atención al público y manejo de proyectos empresariales.



**CINDY MARCELA REALES PARDO:**

Programa: Administración de empresas. Facultad de Ciencias Administrativas.

Nivel Académico: Administrador de empresas.

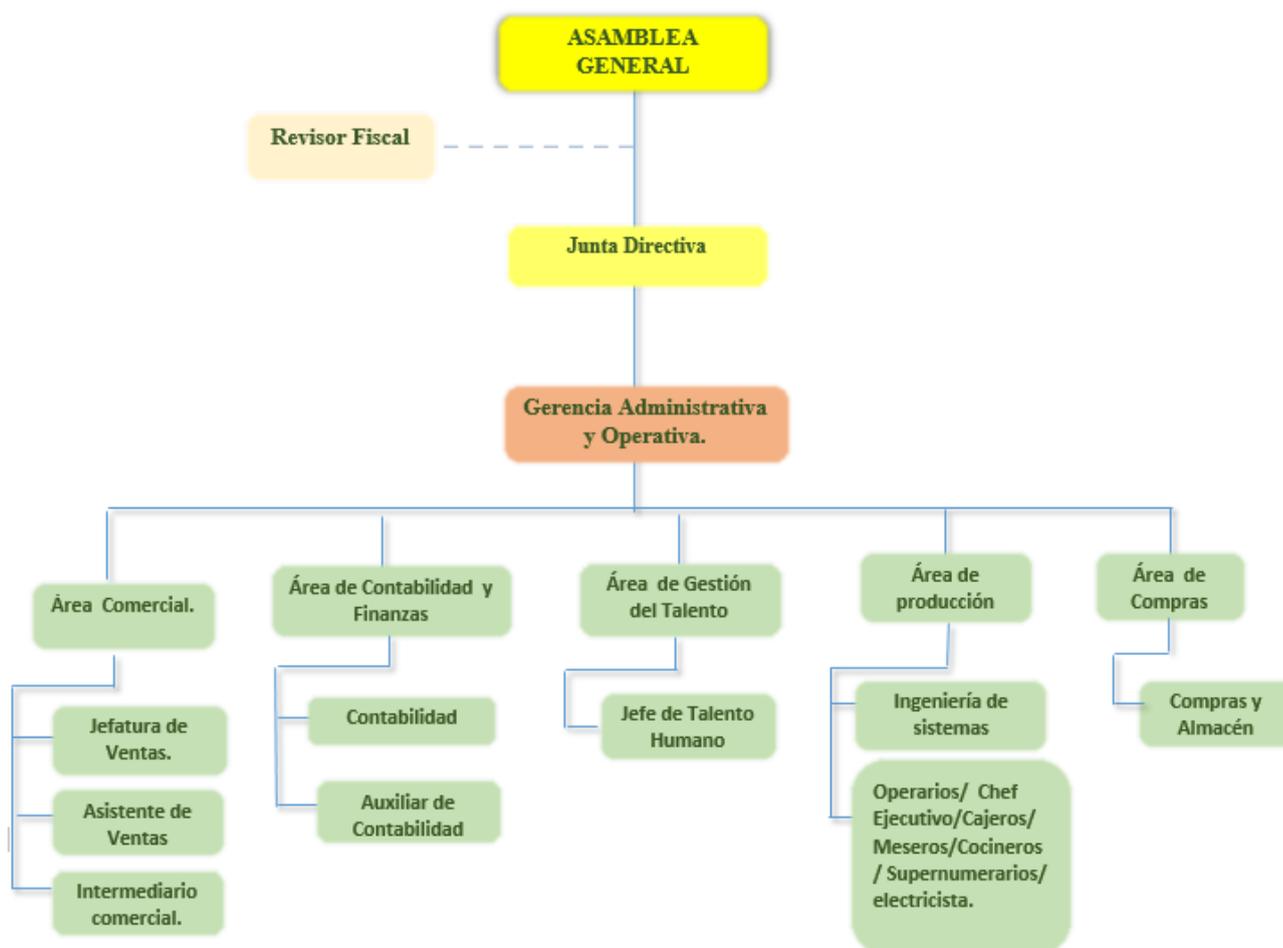
Competencias laborales: una persona responsable, comprometida y entrega a su trabajo, con buenas relaciones interpersonales y la cordialidad fuera y dentro del ambiente laboral; que intenta hacer cada tarea de la mejor manera y ayudar a quienes lo requieran, compartiendo conocimientos adquiridos y experiencias vividas. Con mente abierta a los cambios y en búsqueda de estrategias que beneficien al grupo y faciliten el trabajo.

Conocimientos puntuales acerca del tema o idea propuesta en el proyecto: Conocimientos básicos en Zeus Hotelero, Amadeus, Microsoft Office como: Word, Excel, Power point. Inglés y francés como lenguas extranjeras.

Experiencia en la temática: Manejo de personal, formulación y evaluación de proyectos empresariales, atención al cliente y habilidades gerenciales adquiridas durante la preparación académica.



### 3.1.5. Estructura organizacional



## ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

### Manual De Funciones

Este manual indica de manera detallada las funciones y procedimientos que debe cumplir la persona a ejercer un cargo en Baluarte de la Champeta, las cuales deben guiarse según lo establecido en el Manual de funciones y procedimientos para hacer legítimas sus acciones. Es de carácter obligatorio conocerlo para su estricto cumplimiento pues aquí se establecen



claramente los roles, el empoderamiento en la toma de decisiones y las responsabilidades que se emanan de acuerdo al cargo a desempeñar en la estructura de la organización.

Baluartes de la Champeta estará conformada de la siguiente manera:

**Gerente Administrativo y Operativo:** se encargará de planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, delegar funciones, llevar los registros de los hechos significativos para la actividad económica de la empresa, además de velar por la logística de la operación.

**Chef ejecutivo:** Debe administrar, supervisar, organizar, dirigir y controlar las actividades relacionadas con la preparación, estará enfocado en llevar el costo y presentación de los alimentos, como también guiar el equipo humano y de su operación.

**Contador:** Debe llevar la contabilidad al día bajo las normas establecidas y técnicas propias de contabilidad y finanza.

**Auxiliar de Contabilidad:** deberá clasificar, preparar, codificar y registrar cuentas, facturas y otros estados financieros de acuerdo con procedimientos establecidos, usando sistemas manuales y sistemáticos.

**Jefe de Talento Humano:** se encarga de la planeación, organización de técnicas que permitan promover el desempeño eficiente de todos los colaboradores de la empresa para alcanzar los objetivos organizacionales.

**Intermediario Comercial o Relacionista público:** Es el encargado de salir al mercado a ofrecer el portafolio de servicios a nuevos clientes debe lograr alianzas, concretar ventas.



**Jefe De Ventas:** su responsabilidad es mantener y mejorar las ventas para ello debe calcular la demanda y pronosticar las ventas. Este proceso debe llevarse a cabo en orden para poder calcular cuál es la demanda real del mercado y considerar la participación en el mismo, por esta razón el pronóstico debe ser objetivo y preciso puesto que de esto dependen otros compromisos tales como la compra de materia prima, el pago a proveedores o cualquier otra obligación.

**Asistente de ventas:** deberá realizar ventas telefónicas, estudio y perfil de cliente potenciales, atención a clientes , administración de información comercial de precios y productos, visitar a clientes para desarrollo de venta de nuevos productos, cierres de ventas, proyección de ventas a corto plazo y estrategias de mercado para incrementar clientes .

**Técnico Electricista:** Mantener en condiciones operativas los equipos y artefactos eléctricos de la unidad y de otras dependencias que lo requieran, ejecutando actividades de reparación y mantenimiento de equipos y artefactos eléctricos, a fin de garantizar el buen funcionamiento de los mismos.

**Compras y Almacén:** La persona que desempeñe este cargo debe encargarse de los sistemas de producción y los recursos productivos tales como material, maquinaria, mano de obra, edificación y terreno donde operara la empresa, además deberá llevar control de la producción.



### **ANALISIS DEL CARGO**

Gerente administrativo y Operativo.

Administrador De Empresas con énfasis en finanzas

### **PERFIL:**

Edad de 28 a 45 años, Sexo no relevante, Estudios profesionales en administración o carreras afines y Experiencia en las actividades del puesto de 3 años en adelante.

### **ACTITUDES:**

- ✓ Habilidades para trabajar en equipo.
- ✓ Ser objetivo.
- ✓ Actitud de líder.
- ✓ Tener don de mando.
- ✓ Iniciativa propia.
- ✓ Capacidad de toma de decisiones.
- ✓ Capacidad de comunicación.
- ✓ Integridad moral y ética

### **FUNCIONES:**

Planear estratégicamente las actividades a realizar, Aprobar el presupuesto para las inversiones, Dirigir el desarrollo de las actividades de la organización, Supervisar todas las áreas para saber las necesidades de la empresa y tomar decisiones inteligentes que mejoren la situación de la empresa, Rendir periódicamente informes de gestión a la asamblea general,



Interpretar los datos financieros, determinación de la estructura de activos de la empresa,

Llevar la fijación de la estructura de capital.

### **LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Desempeñara su actividad dentro de las locaciones, contará con una oficina confortable que le permitirá desarrollar excelentemente sus actividades.

### **ANALISIS DEL CARGO**

Contador - Contador público.

### **PERFIL:**

Edad de 28 a 45 años, Sexo no relevante, Estudios profesionales en contabilidad y finanzas, Experiencia en las actividades del puesto de 2 años en adelante.

### **FUNCIONES:**

- ✓ Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.
- ✓ Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
- ✓ Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.



- ✓ Llevar todos los movimientos o registros contables al Programa que es el software utilizado por la organización para dicha actividad.
- ✓ Elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios.
- ✓ Llevar libros contables (Diario, mayor e inventarios).
- ✓ Control y ejecución de solvencias de Seguro Obligatorio.
- ✓ Realización de la relación de las Cuentas por Cobrar y por Pagar.

### **LUGAR DE DESEMPEÑO**

Desempeñara su actividad dentro de las instalaciones de Baluarte de la Champeta, contará con una oficina confortable que le permitirá desarrollar excelentemente sus actividades.

### **ANALISIS DEL CARGO**

Auxiliar de Contabilidad

### **PERFIL:**

Edad de 24 a 30 años, Sexo no relevante, Estudios técnicos en contabilidad.

### **FUNCIONES:**

- ✓ Clasificar, preparar, codificar y registrar cuentas, facturas y otros estados financieros de acuerdo con procedimientos establecidos, usando sistemas manuales y computarizados.



- ✓ Procesar, verificar y preparar balance de prueba, registros financieros y otras transacciones como: cuentas por pagar, cuentas por cobrar, e ingresar datos en libros auxiliares o aplicación computarizada.
- ✓ Elaborar comprobantes de ingreso y egreso.
- ✓ Liquidar impuestos de rete fuente y aportes parafiscales.
- ✓ Calcular costo de materiales y otros desembolsos con base en cotizaciones y listas de precios.
- ✓ Realizar otras funciones de oficina como: mantener el archivo y sistemas de registro, completar informes y contestar preguntas de clientes.

### **LUGAR DE DESEMPEÑO**

Desempeñara su actividad dentro de las instalaciones de Baluarte de la Champeta, contará con una oficina confortable que le permitirá desarrollar excelentemente sus actividades.

### **ANALISIS DEL CARGO**

Chef ejecutivo

Licenciado (a) en gastronomía o administración gastronómica.

### **PERFIL:**

Edad de 25 a 40 años, Sexo no relevante, Experiencia de 2 años en adelante, Comportamientos, actitudes y valores asociados al puesto, Actitud de trabajo en equipo y liderazgo, Excelente presentación personal, proactivo y responsable, Conocimientos en alimentos y platos típicos de la región.



### **ACTITUDES**

Organizado y comprometido en sus labores, Actitud de liderazgo, Emprendedor (a), Capacidad de toma de decisiones, Capacidad de comunicación, Responsable de manejar presupuestos de compra de insumos.

### **FUNCIONES**

- ✓ Tomar decisión en el precio de venta de los diferentes productos que integran el menú.
- ✓ Elegir los componentes o insumos para la preparación de los alimentos y supervisar la adquisición.
- ✓ Establecer y velar las funciones del personal a su cargo.
- ✓ Evaluar el personal a su cargo.
- ✓ Realizar ficha técnica de elaboración de cada plato.

### **LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Desempeñara su actividad en las instalaciones de Baluarte de la Champeta.

### **ANALISIS DEL CARGO**

Jefe de Talento Humano

Psicología Organizacional/ Administración de empresas con énfasis en talento humano

### **PERFIL:**

Edad de 26 a 40 años, Sexo no relevante



**FUNCIONES:**

- ✓ Elaborar y controlar el proceso de reclutamiento, selección, ingreso e inducción del personal, a fin de asegurar la elección de los candidatos más idóneos para los puestos de la organización
- ✓ Debe seleccionar candidatos competentes para ocupar la vacante. Dichos candidatos pueden ser de dos tipos: externos, si provienen de fuera de la organización; o internos, si ya pertenecen a ella.
- ✓ Diseñar actividades que incrementen los niveles de motivación y compromiso de los trabajadores.
- ✓ Coordinar capacitaciones a los trabajadores en el momento en que se incorporen y capacitaciones periódicas para mantener la calidad del servicio a ofrecer.

**LUGAR DE DESEMPEÑO**

Desempeñará su actividad dentro de las instalaciones de Baluarte de la Champeta, contará con una oficina confortable que le permitirá desarrollar excelentemente sus actividades.

**ANALISIS DEL CARGO**

Intermediario Comercial o Relacionista público:

**PERFIL:**

Edad de 26 a 40 años, Sexo no relevante, Experiencia mínima de 3 a 5 años

**FUNCIONES:**



- ✓ Dar a conocer el portafolio de servicios, sus características y bondades; mediante la publicidad y promoción de los mismos.
- ✓ Búsqueda de clientes a través de alianzas estratégicas.

### **LUGAR DE DESEMPEÑO**

Desempeñara su actividad fuera de las instalaciones de la empresa.

### **ANALISIS DEL CARGO**

Jefe De Ventas

### **PERFIL:**

Edad de 25 a 35 años, Sexo no relevante, Experiencia mínima de 3 a 5 años

### **ACTITUDES:**

Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad, Capacidad de respuesta a la demanda del cliente, Actitudes positivas en las relaciones entre clientes, Capacidad de toma de decisiones, Capaz de trabajar en equipo, Liderazgo.

### **FUNCIONES:**

- ✓ Será responsable de la actividad comercial, aportará clientes y negocio a la empresa.
- ✓ Establecer las políticas de precios y condiciones de venta con el fin de mejorar la rentabilidad de negocio actual.



- ✓ Establecer el presupuesto de gastos comerciales: personal, publicidad, promoción, y gastos financieros relacionados con los créditos consentidos a los clientes y proponerlo a la Dirección General para su aprobación.
- ✓ Conocer la evolución del mercado y de los productos para aplicar las medidas necesarias.
- ✓ Animar, coordinar y controlar las acciones llevadas a cabo por el conjunto de personas bajo su dependencia.

**LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Desempeñara su actividad dentro y fuera de las locaciones de Baluarte de la Champeta.

**ANALISIS DEL CARGO**

Asistente de ventas

**PERFIL:**

Edad de 24 a 30 años, Sexo no relevante, Experiencia mínima de 2 años.

**ACTITUDES:**

Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad, Capacidad de respuesta a la demanda del cliente, Actitudes positivas en las relaciones entre clientes, Capacidad de toma de decisiones, Liderazgo

**FUNCIONES:**

- ✓ Proyección de ventas a corto plazo



- ✓ Estrategias de mercado para incrementar clientes.
- ✓ Realizar ventas telefónicas.
- ✓ Administración de información comercial de precios y productos.
- ✓ Visitar a clientes para desarrollo de venta de nuevos productos.
- ✓ Cierres de ventas.

**LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Desempeñara su actividad dentro y fuera de las locaciones de la empresa

**ANALISIS DEL CARGO**

Almacenista

Persona encargada de prestar un servicio a favor de la organización ya que tiene la responsabilidad de organizar los insumos y es el encargado de despacharlos para llevar a cabo un proceso productivo.

**PERFIL:**

Tener una formación técnica o tecnológica, Edad de 24 a 38 años, Preferiblemente hombre, Experiencia en actividades del puesto de 1 año.

**ACTITUDES:**

Proactivo, Actitud de liderazgo, Capacidad para trabajo en equipo, Ordenado y responsable, Iniciativa propia, Integridad moral y ética.



**LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Desempeñará sus actividades en el almacén de Baluarte de la Champeta.

**ANALISIS DEL CARGO**

Técnico Electricista

**PERFIL:**

Edad de 24 a 30 años, Sexo no relevante, Experiencia mínima de 2 años.

**FUNCIONES:**

- ✓ Ubicar el cableado adecuado para la instalación de equipos y/o aparatos eléctricos.
- ✓ Instalar controles para motores eléctricos.
- ✓ Realizar mantenimiento y reparaciones de equipos en áreas extramuros que lo requieran.
- ✓ Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- ✓ Mantener en orden equipos y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- ✓ Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- ✓ Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

**LUGAR DE DESEMPEÑO**

Desempeñara su actividad dentro de las instalaciones de Baluarte de la Champeta, contará con una oficina confortable que le permitirá desarrollar excelentemente sus actividades.



## **ANALISIS DEL CARGO**

Meseros

### **PERFIL:**

Edad de 19 años en adelante, Sexo no relevante, Experiencia mínima de 1 año

### **ACTITUDES:**

Técnico o tecnólogo en bar, conocimiento en atención al cliente, Manejo de etiqueta y protocolo, Debe tener una experiencia con más de 1 año, Deberá ser cortés y de buenos modales, Servicial, Tener dominio del idioma inglés, Capacidad de trabajar en equipo, Manejar la empatía con el cliente, Buena presentación personal.

### **FUNCIONES:**

- ✓ Atender cálidamente a los comensales.
- ✓ Conoce los detalles de los platos que se ofrecerán en el restaurante, además de estar al tanto de los servicios que ofrece Baluarte de la Champeta.
- ✓ Aplicar las normas de etiqueta y protocolo.
- ✓ Venta sugestiva.

### **LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Desempeñará su actividad el restaurante Sipote filo.



## **ANÁLISIS DEL CARGO**

Cocineros

### **PERFIL:**

Edad requerida de 26 a 48 años, Estudios en gastronomía y cocina, Experiencias de 2 años en actividades de cocina, Eficiente y eficaz en sus labores, Ética en el trabajo, Responsabilidad, Respetuoso (a).

### **ACTITUDES:**

Actitud servicial, Proactivo (a), Capacidad comunicativa, Ordenado (a), Responsable, Manejo de trabajo en equipo, Innovador, Habilidades para trabajo bajo presión.

## **FUNCIONES**

- ✓ Verificar y solicitar los insumos de cocina, siguiendo los procedimientos establecidos.
- ✓ Organizar los materiales equipos y utensilios necesarios antes y después de la preparación los alimentos a ofrecer.
- ✓ Preparar mise en place del día.
- ✓ Mantener la limpieza y el orden de la cocina.

### **LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Desempeñará su actividad el restaurante Sipote filo.



## **ANALISIS DEL CARGO**

Cocineros

### **PERFIL:**

Edad requerida de 26 a 48 años, Estudios en gastronomía y cocina, Experiencias de 2 años en actividades de cocina, Eficiente y eficaz en sus labores, Ética en el trabajo,

Responsabilidad, Respeto

### **ACTITUDES:**

Actitud servicial, Proactivo, Capacidad comunicativa, Ordenado, Responsable, Manejo de trabajo en equipo, Innovador, Habilidades para trabajo bajo presión.

## **FUNCIONES**

- ✓ Verificar y solicitar los insumos de cocina, siguiendo los procedimientos establecidos.
- ✓ Organizar los materiales equipos y utensilios necesarios antes y después de la preparación los alimentos a ofrecer.
- ✓ Preparar mise en place del día.
- ✓ Mantener la limpieza y el orden de la cocina.

### **LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Desempeñará su actividad el restaurante Sipote filo.



## **ANALISIS DEL CARGO**

Cajero

### **PERFIL:**

Estudios profesionales en contabilidad, finanzas y afines, Edad de 25 a 35 años, Tener experiencia mínima de 1 año, Sexo no relevante

### **ACTITUDES:**

Tener dominio de datafonos, Capacidad de comunicación, Ser organizado.

### **FUNCIONES**

Hacer arqueos de Caja, Diligenciar los formatos correspondientes a la relación de medios de pago recibidos, Marcar en caja la suma correspondiente al costo del producto, Estar atento (a) las cuentas de consumo de cliente, Brindar información al cliente sobre precios de productos.

### **LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Desempeñará su actividad el restaurante Sipote filo.



### **ANÁLISIS DEL CARGO**

Operarios de salas temáticas.

### **PERFIL:**

Tener estudios técnicos o tecnológicos para el cargo a ocupar, Contar con una experiencia mínima de 1 año, Edad de 25 a 32 años, Sexo no relevante.

### **ACTITUDES:**

Manejo de una segunda lengua, Responsable y organizado en sus labores, Empoderamiento, Mente abierta a los cambios, Habilidades para trabajo en equipo, Capacidad de comunicación, Proactivo, Excelente Atención al cliente, Tener conocimiento acerca de la Champeta.

### **FUNCIONES:**

- ✓ Manejar y velar por el buen uso y cuidado de la maquinaria a disposición de los clientes.
- ✓ Asistir a los visitantes para brindar información veraz y oportuna.
- ✓ Brindar un servicio cálido y alegre a cada visitante.

### **LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Desempeñará su actividad dentro de las diferentes salas y la recepción de Baluarte de la Champeta.



### **ANALISIS DEL CARGO**

Recepcionista.

#### **PERFIL:**

Técnico o tecnólogo en Administración de Empresas o Secretariado Bilingüe, Buen manejo de sistema Word y Excel, Edad de 23 a 37 años, Experiencia de 1 año en actividades a fines, preferiblemente mujer.

#### **ACTITUDES:**

Proactivo, Actitud servicial, Capacidad para trabajo en equipo, Ordenado y responsable, Iniciativa propia, Integridad moral y ética

#### **FUNCIONES:**

- ✓ Recibir cordialmente al público, brindar información y entregar manillas de acceso a las instalaciones de Baluarte de la Champeta.
- ✓ Responder llamadas telefónicas externas.
- ✓ Organizar y tener actualizado documentos manuales o computarizados.
- ✓ Manejar y preparar correspondencia de rutina.
- ✓ Recibir e ingresar correspondencia y demás materiales.

#### **LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Desempeñara sus actividades en la recepción de Baluarte de la Champeta.



## **ANALISIS DEL CARGO**

Ingeniero de sistemas

### **PERFIL:**

Licenciatura en sistema, Ingeniero en sistemas computacional, Licenciado en informática o carreras afines, Titulado, Experiencia de 1 año, Edad de 27 a 48 años.

### **ACTITUDES:**

Capaz de trabajar en equipo, Proactivo, Servicial, Responsable y organizado, Actitud de liderazgo, Manejo de toma de decisiones, Innovador, Capacidad de comunicación.

### **FUNCIONES:**

- ✓ Encargado de programar e instalar las diferentes aplicaciones que serán manejados por los clientes para disfrutar de la visita a Baluarte de la Champeta.
- ✓ Hacer mantenimiento de los elementos tecnológicos (hardware, software y de comunicación).
- ✓ Encargado de analizar, diseñar y controlar los sistemas de la empresa, como de solucionar problemas de diferentes áreas.
- ✓ Apoyo en la toma de decisiones

### **LUGAR DE DESEMPEÑO:**

Áreas relacionadas como unidades de información y sistema de Baluarte de la Champeta, además contará con un escritorio confortable para el desarrollo de su actividad.



### **Políticas de Selección y Contratación**

En Baluarte de la Champeta el proceso de selección y contratación se hará siguiendo una serie de pasos para asegurar que la decisión que se tome sea precisa y se optimice tiempo, debido a que los procesos de selección extensivos son desgastantes tanto para los aspirantes como para los directivos. Los colaboradores serán contratados bajo el término de contratación Fijo, renovable inicialmente cada trimestre, semestral y posteriormente cada año. Se impulsará la capacitación integral para crear hábitos, compromisos y estar actualizados de lo que sucede en el mundo cultural-turístico, aportando herramientas que permitan el cumplimiento de las políticas y objetivos propuestos por Baluarte de la Champeta.

DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO  
CREACIÓN DE EMPRESAS



### 3.1.6 Gastos de administración y nómina

% arL	Nombre	Sueldo Básico	Sub. Transporte	Total devengado	4.00% EPS	12% AFP	1% ARP	4% Parafiscal	8.33% Cesantías	1% Intereses/Cesantías	8.33% Prima	4.17% Vacaciones	Dotación	Total
<b>DPTO DE FINANZAS</b>														
0.52%	Gerente operativo	3,500,000	0	3,500,000	140,000	420,000	18,270	140,000	291,550	2,916	291,550	145,775	0	4,950,061
0.52%	Chef ejecutivo	1,200,000	83,140	1,283,140	48,000	144,000	6,264	48,000	106,886	1,069	106,886	49,980	0	1,794,224
	Contador	2,000,000		2,000,000	80,000	240,000	0	80,000	166,600	1,666	166,600	83,300	0	2,818,166
	Auxiliar de cocina	1,000,000	83,140	1,083,140	40,000	120,000	0	40,000	90,226	902	90,226	41,650	0	1,506,143
	Relaciones Públicas	1,200,000	83,140	1,283,140	48,000	144,000	0	48,000	106,886	1,069	106,886	49,980	1	1,787,961
	Jefe de talento humano	2,500,000		2,500,000	100,000	300,000	0	100,000	208,250	2,083	208,250	104,125	2	3,522,710
	<b>Total Admón.</b>	<b>11,400,000</b>	<b>249,420</b>	<b>11,649,420</b>	<b>456,000</b>	<b>1,368,000</b>	<b>24,534</b>	<b>456,000</b>	<b>970,397</b>	<b>9,704</b>	<b>970,397</b>	<b>474,810</b>	<b>3</b>	<b>16,379,264</b>
<b>DPTO DE COMPRA VENTAS</b>														
0.05%	Jefe de Ventas	3,000,000	0	3,000,000	120,000	360,000	1,566	120,000	249,900	30,000	249,900	124,950		4,256,316
2.44%	Cajero	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	74,970	9,000	74,970	37,485	210,000	1,591,489
2.44%	Recepcionista	800,000	83,141	883,141	32,000	96,000	19,488	32,000	66,640	8,000	66,640	33,320	210,001	1,447,230
2.44%	Meseros	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
0.05%	Asistente de mercadeo	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	470	36,000	81,896	819	81,896	37,485		1,365,705
	<b>Total Ventas</b>	<b>6,500,000</b>	<b>332,561</b>	<b>6,832,561</b>	<b>260,000</b>	<b>780,000</b>	<b>65,372</b>	<b>260,000</b>	<b>555,301</b>	<b>48,638</b>	<b>555,301</b>	<b>270,725</b>	<b>630,001</b>	<b>10,257,899</b>
<b>DPTO DE PRODUCCION</b>														
2.44%	Almacenista	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
2.44%	Técnico electricista	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
2.44%	Cocineros	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
2.44%	Operarios	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
2.44%	Supernumerario	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
2.44%	Ingeniero de sistemas	2,200,000	0	2,200,000	88,000	264,000	53,592	88,000	183,260	1,833	183,260	91,630	210,000	3,363,575
	<b>Total MOD</b>	<b>7,600,000</b>	<b>498,840</b>	<b>8,098,840</b>	<b>304,000</b>	<b>912,000</b>	<b>185,136</b>	<b>304,000</b>	<b>674,633</b>	<b>6,746</b>	<b>674,633</b>	<b>316,540</b>	<b>1,470,000</b>	<b>12,946,529</b>
	<b>Total Gasto de Personal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1,020,000</b>	<b>3,060,000</b>	<b>275,042</b>	<b>1,020,000</b>	<b>2,200,331</b>	<b>65,088</b>	<b>2,200,331</b>	<b>1,062,075</b>	<b>2,100,004</b>	<b>39,583,692</b>



## 3.2. LEGAL

### 3.2.1. Constitución Empresa y Aspectos Legales

Constitución y legalización de la Empresa

Estatutos Básicos sociedad por Acciones Simplificada.

Cartagena de Indias D.Ty C. 25 de noviembre 2017.

Por medio del presente documento privado, Yo.

NOMBRE	IDENTIFICACION			Domicilios
	Tipo de Identificación	Numero	Lugar de Expedición	
Cindy Marcela Reales Pardo	Cédula de Ciudadanía	1.048.438.816	Cartagena de Indias D.T .C.	Cartagena de Indias

Manifiesto con la firma de este documento mi voluntad de constituir una sociedad comercial de tipo: Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), la cual se registrará por los siguientes estatutos:

### Capítulo I

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Objeto y Duración de la Sociedad.

#### Artículo 1 Nombre, Nacionalidad y Domicilio.

La sociedad se denomina Baluarte de la Champeta SAS. Es una sociedad comercial por Acciones Simplificadas, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es



en la ciudad de Cartagena de Indias D.T.Y C. la sociedad podrá crear sucursales, agencias establecimientos por decisión de la asamblea general de accionista.

**Artículo 2 Objeto:**

Baluartes de la Champeta SAS tendrá como objetivo principal satisfacer necesidad de esparcimiento haciendo uso de la cultura teniendo como foco principal el ritmo musical champeta. Así mismo, podrá realizar cualquier tipo de actividad económica lícita tanto en Colombia como el exterior

**Artículo 3. Duración:**

La sociedad tendrá vigencia indefinida

**Capítulo II.**

Capital y Acciones.

**Artículo 4. Capital Autorizado, Suscrito y Pagado:**

VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES	\$ DIGITAL VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES (EN NÚMEROS)
CLASE DE ACCIONES	Nominativas y Ordinarias



<b>CAPITAL AUTORIZADO</b>	
No. DE ACCIONES	NÚMERO DE ACCIONES PAGADAS
NÚMERO DE ACCIONES AUTORIZADAS	VALOR TOTAL CAPITAL AUTORIZADO
<b>CAPITAL SUSCRITO</b>	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
NÚMERO DE ACCIONES SUSCRITAS	VALOR CAPITAL SUSCRITO
<b>CAPITAL PAGADO</b>	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
NÚMERO DE ACCIONES PAGADAS	VALOR DEL CAPITAL PAGADO

Parágrafo: El capital suscrito ha sido pagado en su totalidad en dinero en efectivo

**Artículo 5. Derechos derivados de cada acción:**

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario:

- a) Deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad;
- b) Recibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio.
- c) Negociar acciones con sujeción a la ley y a los estatutos.
- d) Inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008;



e) Acceder, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

### **Capítulo III.**

Dirección, Administración, Representación y Revisoría Fiscal de la Sociedad.

#### **Artículo 6. Órganos Sociales:**

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está cargo del Representante legal.

#### **Artículo 7. Dirección de la Sociedad: Asamblea General de Accionistas.**

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las



acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

#### **Artículo 8. Administración y Representación Legal de la Sociedad**

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien no tendrá suplentes. La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designara a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

#### **Artículo 9. Facultades de los representantes legales:**

Pago de impuestos, contratos con clientes y contratos con el personal, resoluciones vigentes, trámites ante la DIAN y los Bancos.

#### **Artículo 10. Revisoría Fiscal:**

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

### **CAPÍTULO IV**

Estados Financieros, Reservas y Distribución de Utilidades.

#### **Artículo 11. Estados Financieros y Derecho de Inspección:**



La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

**Artículo 12. Reserva Legal:**

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

**Artículo 13. Utilidades, Reservas y Dividendos.**

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.



## Capítulo V.

### Disolución y Liquidación

#### **Artículo 14. Causales de Disolución**

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

1. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
2. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
3. Por las causales previstas en los estatutos.
4. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por la decisión del accionista único
5. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
6. Por orden de autoridad competente.
7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito.

#### **Artículo 15. Liquidación.**

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.



**Artículo 16. Liquidador.**

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

**Artículo 17. Sujeción a las Normas Legales.**

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

**Capítulo VI**

Resolución de Conflictos

**Artículo 18. Arbitramento:**

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por 1 Arbitro que decidirá en Derecho, designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Cartagena de Indias. El tribunal, sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

**Capítulo VII**

Remisión

**Artículo 19. Remisión Normativa:**



De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se registrará por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

### Capítulo VIII

Disposiciones Transitorias

#### **Artículo 1. Transitorio. Nombramientos:**

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

Representante Legal Principal

Se designa en este cargo a: Cindy Marcela Reales Pardo, identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 1.048.438.816 de Cartagena D.T.C

La persona designada como Representante Legal SELECCIONE EL TIPO DE REPRESENTANTE LEGAL MODO DE ACEPTACIÓN DEL CARGO.

Firmas:

*Cindy Reales*

**CINDY MARCELA REALES PARDO**  
**C.C. 1.048.438.816 DE CARTAGENA**



### **Obligaciones Legales**

- ✓ INVIMA
- ✓ Sanitaria
- ✓ Registro de calidad
- ✓ Registro bomberil
- ✓ Impuesto de SAYCO Y ACINPRO
- ✓ Aportes Parafiscales



#### 4. FINANCIERO

##### 4.1. PRINCIPALES SUPUESTOS

Principalmente, no existe en la ciudad de Cartagena de Indias un establecimiento que reúna cultura, diversión y aprendizaje, además de una ubicación central y de fácil acceso para los clientes. El valor de la entrada será asequible para el mercado objetivo.

##### 4.1.1. Plan de inversión y sistema de financiamiento

Préstamo	231,359,459
Monto	231,359,459
Tasa	9%
Periodo	5 años
Cuota o Pago	(\$ 59,480,771.75)
cuota mensual	\$4,956,730.98

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	231,359,459	192,701,039	150,563,360	104,633,291	54,569,515
Pago o Cuota	59,480,772	59,480,772	59,480,772	59,480,772	59,480,772
Intereses	20,822,351	17,343,093	13,550,702	9,416,996	4,911,256
Amortización	38,658,420	42,137,678	45,930,069	50,063,776	54,569,515
Saldo Final	192,701,039	150,563,360	104,633,291	54,569,515	0

Costo total de la inversión 1 mes	
165.482.818	\$ 351,335,663

Medios de financiaciones	
Bancos	\$ 231,359,459
Cemprende/ Fondo Emprender	\$ 95,000,000
Otros inversores	\$ 24,976,204

DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO  
CREACIÓN DE EMPRESAS



4.1.2. Ingreso, proyección de ventas

INGRESOS									Incremento	3%	4%	5%	5%
									Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
NOMBRE DEL PRODUCTO	Cantidad a Vender	Unidad de medida	Costo Unitario	Precio venta	% de Ventas	Venta mes	Ingresos	Costo de ventas	Ingresos Anual				
ENTRADAS DE TURISTAS	5,000	UNIDAD	1,500	15,000	100%	5,000	75,000,000	7,500,000	900,000,000	927,000,000	964,080,000	1,012,284,000	1,062,898,200
ENTRADAS DE LOCALES	2,000	UNIDAD	1,500	15,000	100%	2,000	30,000,000	3,000,000	360,000,000	370,800,000	385,632,000	404,913,600	425,159,280
VENTAS RESTAURANTE	1,500	UNIDAD	5,500	13,000	100%	1,500	19,500,000	8,250,000	234,000,000	241,020,000	250,660,800	263,193,840	276,353,532
VENTAS SOUVENIRS	3,500	UNIDAD	1,500	10,000	100%	3,500	35,000,000	5,250,000	420,000,000	432,600,000	449,904,000	472,399,200	496,019,160
<b>TOTAL INGRESOS</b>							<b>159,500,000</b>	<b>24,000,000</b>	<b>1,914,000,000</b>	<b>1,971,420,000</b>	<b>2,050,276,800</b>	<b>2,152,790,640</b>	<b>2,260,430,172</b>

<b>Contado</b>	70%	630,000,000	648,900,000	674,856,000	708,598,800	744,028,740
<b>Crédito</b>	30%	270,000,000	278,100,000	289,224,000	303,685,200	318,869,460



Inflación en el costo de Venta		3.00%	3.50%	3.00%	3.00%
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
NOMBRE DEL PRODUCTO					
ENTRADAS DE TURISTAS	90,000,000	92,700,000	95,944,500	98,822,835	101,787,520
ENTRADAS DE LOCALES	36,000,000	37,080,000	38,377,800	39,529,134	40,715,008
VENTAS RESTAURANTE	99,000,000	101,970,000	105,538,950	108,705,119	111,966,272
VENTAS SOUVENIRS	63,000,000	64,890,000	67,161,150	69,175,985	71,251,264
<b>Totales</b>	<b>288,000,000</b>	<b>296,640,000</b>	<b>307,022,400</b>	<b>316,233,072</b>	<b>325,720,064</b>

#### 4.1.3. Compra de materia prima e insumos

Inversión Permanente	Cantidad	Valor Unitario	Total	1.5%	2%	Depreciación
				Seguro	Mantenimiento	
<b>AREA ADMINISTRACION</b>						
Televisor Samsung	5	900,000	4,500,000	67,500	90,000	62,500
Escritorios de oficina	2	700,000	1,400,000	21,000	28,000	19,444
Aires acondicionados	2	800,000	1,600,000	24,000	32,000	22,222
Papelería e insumos de oficina	2	400,000	800,000	12,000	16,000	11,111
Sillas y escritorios	8	150,000	1,200,000	18,000	24,000	10,000
Sillas	16	79,000	1,264,000	18,960	25,280	10,533
<b>Total Equipos de Oficina</b>			<b>10,764,000</b>	<b>161,460</b>	<b>215,280</b>	<b>135,811</b>



Inversión Permanente	Cantidad	Valor Unitario	Total	Seguro	Mantenimiento	Depreciación
Equipo de CCTV	1	2,000,000	2,000,000	30,000	40,000	33,333
Sillas de oficina	10	45,000	450,000	6,750	9,000	7,500
Escritorio	2	339,900	679,800	10,197	13,596	11,330
Cámara de seguridad	8	300,000	2,400,000	36,000	48,000	40,000
Módulo de recepción	1	700,000	700,000	10,500	14,000	11,667
Lámpara reflectoras led	20	15,000	300,000	4,500	6,000	5,000
Teléfono	8	30,000	240,000	3,600	4,800	4,000
<b>Total Equipos de Comunicación y Comp.</b>			<b>6,769,800</b>	<b>101,547</b>	<b>135,396</b>	<b>112,830</b>



Inversión Permanente	Cantidad	Valor Unitario	Total	Seguro	Mantenimiento	Depreciación
Video Walls	4	4,600,000	18,400,000	276,000	368,000	153,333
Tablets Samsung	12	577,000	6,924,000	103,860	138,480	57,700
Cámara Samsung Gear VR 360	2	499,000	998,000	14,970	19,960	8,317
Elektromos ügyességi játék (Juego de pulso)	1	265,000	265,000	3,975	5,300	2,208
Audífonos Samsung	12	43,900	526,800	7,902	10,536	4,390
Equipos de sonido Samsung	2	1,399,900	2,799,800	41,997	55,996	23,332
Video beam Samsung	2	1,450,000	2,900,000	43,500	58,000	24,167
Parlantes inalámbricos Samsung	8	399,000	3,192,000	47,880	63,840	26,600
Guitarra eléctrica	1	1,259,000	1,259,000	18,885	25,180	10,492
Batería	1	2,609,100	2,609,100	39,137	52,182	21,743
Trompeta	1	2,100,000	2,100,000	31,500	42,000	17,500
Congas	1	1,149,000	1,149,000	17,235	22,980	9,575
Piano Casio WK 7600	1	1,484,700	1,484,700	22,271	29,694	12,373
Micrófono	2	583,000	1,166,000	17,490	23,320	9,717
Bajo fender	1	535,200	535,200	8,028	10,704	4,460
Amplificador de sonido Samsung	2	469,200	938,400	14,076	18,768	7,820
Micrófono blue bluebird	2	1,497,000	2,994,000	44,910	59,880	24,950
Interfaz	1	449,000	449,000	6,735	8,980	3,742
Preamp	1	450,000	450,000	6,750	9,000	3,750
DAW (o software de producción musical)	1	1,767,000	1,767,000	26,505	35,340	14,725
Monitores	1	1,624,000	1,624,000	24,360	32,480	13,533



Controlador MIDI	1	627,000	627,000	9,405	12,540	5,225
Tratamiento Acústico	1	1,200,000	1,200,000	18,000	24,000	10,000
Manillas de entradas	1000	200	200,000	3,000	4,000	1,667
		4,200,000	0	0	0	0
		800,000	0	0	0	0
		30,000,000	0	0	0	0
<b>Total Propiedad P y Equipos Servicios</b>			\$56,558,000	\$848,370.00	\$1,131,160	\$471,316.67

DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO  
CREACIÓN DE EMPRESAS



4.1.4. Gastos administrativos por nómina

% arL	Nombre	Sueldo Básico	Sub. Transporte	Total devengado	4.00% EPS	12% AFP	1% ARP	4% Parafiscal	8.33% Cesantías	1% Intereses /Cesantías	8.33% Prima	4.17% Vacaciones	Dotación	Total
<b>DPTO DE FINANZAS</b>														
0.52%	Gerente operativo	3,500,000	0	3,500,000	140,000	420,000	18,270	140,000	291,550	2,916	291,550	145,775	0	4,950,061
0.52%	Chef ejecutivo	1,200,000	83,140	1,283,140	48,000	144,000	6,264	48,000	106,886	1,069	106,886	49,980	0	1,794,224
	Contador	2,000,000		2,000,000	80,000	240,000	0	80,000	166,600	1,666	166,600	83,300	0	2,818,166
	Auxiliar de cocina	1,000,000	83,140	1,083,140	40,000	120,000	0	40,000	90,226	902	90,226	41,650	0	1,506,143
	Relaciones Públicas	1,200,000	83,140	1,283,140	48,000	144,000	0	48,000	106,886	1,069	106,886	49,980	1	1,787,961
	Jefe de talento humano	2,500,000		2,500,000	100,000	300,000	0	100,000	208,250	2,083	208,250	104,125	2	3,522,710
	<b>Total Admón.</b>	<b>11,400,000</b>	<b>249,420</b>	<b>11,649,420</b>	<b>456,000</b>	<b>1,368,000</b>	<b>24,534</b>	<b>456,000</b>	<b>970,397</b>	<b>9,704</b>	<b>970,397</b>	<b>474,810</b>	<b>3</b>	<b>16,379,264</b>
<b>DPTO DE COMPRA VENTAS</b>														
0.05%	Jefe de Ventas	3,000,000	0	3,000,000	120,000	360,000	1,566	120,000	249,900	30,000	249,900	124,950		4,256,316
2.44%	Cajero	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	74,970	9,000	74,970	37,485	210,000	1,591,489
2.44%	Recepcionista	800,000	83,141	883,141	32,000	96,000	19,488	32,000	66,640	8,000	66,640	33,320	210,001	1,447,230
2.44%	Meseros	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
0.05%	Asistente de mercadeo	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	470	36,000	81,896	819	81,896	37,485		1,365,705
	<b>Total Ventas</b>	<b>6,500,000</b>	<b>332,561</b>	<b>6,832,561</b>	<b>260,000</b>	<b>780,000</b>	<b>65,372</b>	<b>260,000</b>	<b>555,301</b>	<b>48,638</b>	<b>555,301</b>	<b>270,725</b>	<b>630,001</b>	<b>10,257,899</b>
<b>DPTO DE PRODUCCION</b>														
2.44%	Almacenista	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
2.44%	Técnico electricista	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
2.44%	Cocineros	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
2.44%	Operarios	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
2.44%	Supernumerario	900,000	83,140	983,140	36,000	108,000	21,924	36,000	81,896	819	81,896	37,485	210,000	1,597,159
2.44%	Ingeniero de sistemas	2,200,000	0	2,200,000	88,000	264,000	53,592	88,000	183,260	1,833	183,260	91,630	210,000	3,363,575
	<b>Total MOD</b>	<b>7,600,000</b>	<b>498,840</b>	<b>8,098,840</b>	<b>304,000</b>	<b>912,000</b>	<b>185,136</b>	<b>304,000</b>	<b>674,633</b>	<b>6,746</b>	<b>674,633</b>	<b>316,540</b>	<b>1,470,000</b>	<b>12,946,529</b>
	<b>Total Gasto de Personal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1,020,000</b>	<b>3,060,000</b>	<b>275,042</b>	<b>1,020,000</b>	<b>2,200,331</b>	<b>65,088</b>	<b>2,200,331</b>	<b>1,062,075</b>	<b>2,100,004</b>	<b>39,583,692</b>



#### 4.1.5. Gastos fijos y suministros

Baluarte de la Champeta							
GASTOS OPERACIONALES							
DETALLE	ADMON	VENTAS	CIF	MOD	TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Gasto de personal	16,379,264	10,257,899		12,946,529	39,583,692	39,583,692	
Honorarios	9,850,000	200,000	0		10,050,000	10,050,000	
Impuestos		1,311,888			1,311,888	1,311,888	
Arriendos	3,675,000	6,125,000	14,700,000		24,500,000	24,500,000	
Seguros	263,007		1,859,247		2,122,254	2,122,254	
Servicios	9,850,000	200,000	0		10,050,000	720,000	9,330,000
Publicidad	100,000	2,000,000	0		2,100,000	2,100,000	
Mantenimientos	350,676		2,478,996		2,829,672	2,829,672	
Gastos legales	6,300,000	0	0		6,300,000	6,300,000	
Gastos de transporte	22,995,000	10,805,000	16,563,871	0	50,363,871	50,363,871	
Adecuación y reparaciones	15,000,000				15,000,000		
Diversos	180,000	0	0		180,000	180,000	
<b>Subtotal gastos</b>	<b>84,942,947</b>	<b>30,899,786</b>	<b>35,602,114</b>	<b>12,946,529</b>	<b>164,391,377</b>	<b>140,061,377</b>	<b>9,330,000</b>
Depreciacion	248,641		1,032,915		1,281,556	1,281,556	
Amortizacion	453,667				453,667		
<b>Total depreciacion y amortizacion</b>	<b>58,526</b>		<b>1,032,915</b>		<b>1,091,441</b>	<b>1,281,556</b>	
<b>Total gastos operacionales</b>	<b>85,001,473</b>	<b>30,899,786</b>	<b>36,635,029</b>	<b>12,946,529</b>	<b>165,482,818</b>	<b>141,342,933</b>	<b>9,330,000</b>
Gastos financieros							
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>85,001,473</b>	<b>30,899,786</b>	<b>36,635,029</b>	<b>12,946,529</b>	<b>165,482,818</b>	<b>141,342,933</b>	<b>9,330,000</b>

## 4.2. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 4.2.1. Cuenta de resultados

Baluarte de la Champeta					
ESTADO DE RESULTADO					
Años	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos	1,914,000,000	1,971,420,000	2,050,276,800	2,152,790,640	2,260,430,172
Costo de ventas	288,000,000	296,640,000	307,022,400	316,233,072	325,720,064
<b>Ut. Bruta</b>	<b>1,626,000,000</b>	<b>1,674,780,000</b>	<b>1,743,254,400</b>	<b>1,836,557,568</b>	<b>1,934,710,108</b>
Gts. Adm	1,019,315,368	1,052,952,775	1,089,806,122	1,122,500,306	1,150,562,814
Gts de venta	370,797,438	383,033,753	396,439,934	408,333,132	418,541,461
Depreciacion	15,378,673	15,378,673	15,378,673	15,378,673	15,378,673
Amortizacion	5,444,000	5,444,000	5,444,000	5,444,000	5,444,000
<b>Total gastos operacionales</b>	<b>1,410,935,479</b>	<b>1,456,809,201</b>	<b>1,507,068,730</b>	<b>1,551,656,112</b>	<b>1,589,926,948</b>
<b>Ut. Operacional</b>	<b>215,064,521</b>	<b>217,970,799</b>	<b>236,185,670</b>	<b>284,901,456</b>	<b>344,783,160</b>
Gtos financieros	21,924,131	18,481,232	14,728,675	10,630,308	6,154,901
<b>UT. Antes imp.</b>	<b>193,140,390</b>	<b>199,489,567</b>	<b>221,456,995</b>	<b>274,271,148</b>	<b>338,628,259</b>
Impuesto	63,736,000	65,832,000	73,081,000	90,509,000	111,747,000
<b>Ut. Neta</b>	<b>129,404,390</b>	<b>133,657,567</b>	<b>148,375,995</b>	<b>183,762,148</b>	<b>226,881,259</b>



#### 4.2.2. Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
Años	0	2,019	2,020	2,021	2,022	2,023
UTILIDAD		129,404,390	133,657,567	148,375,995	183,762,148	226,881,259
Gts. Depr		15,378,673	15,378,673	15,378,673	15,378,673	15,378,673
Amortizacion		5,444,000	5,444,000	5,444,000	5,444,000	5,444,000
Vlr en libro act.		0	0	0	0	1,262,433
Recuperacion Capital trab.		0	0	0	0	431,567,290
Flujo de caja bruta		150,227,064	154,480,240	169,198,668	204,584,821	680,533,656
Increm cap trabajo		0	0	0	0	0
Flujo de caja neto		150,227,064	154,480,240	169,198,668	204,584,821	680,533,656
	-536,943,090	150,227,064	154,480,240	169,198,668	204,584,821	680,533,656

#### 4.2.3. TIR, VPN. Punto de equilibrio, relación costo / beneficio y recuperación de la inversión.

Tasa de oportunidad:	16.38%
TIR:	30.15%
Tasa de riesgo país	3%
Tasa del sector financieros	12%

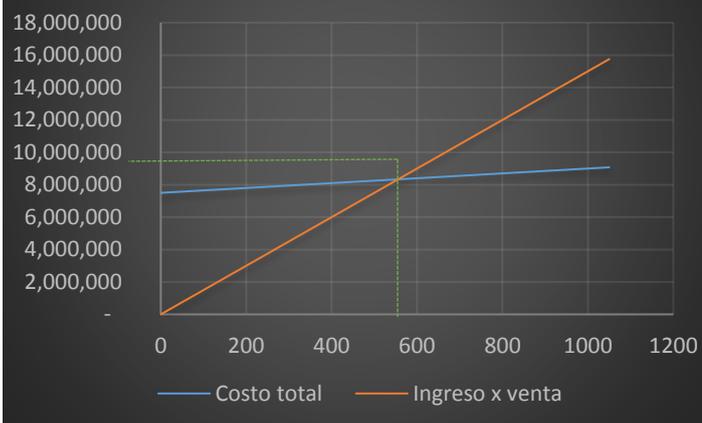
Cálculo del V.P.N O V.N.A					
AÑO		FLUJO DE EFECTIVO	VALOR PRESENTE	TASA DE INTERES	
0	0	-536,943,090	-\$536,943,090.00		12%
2,019	1	129,404,390	\$129,404,390.39		
2,020	2	133,657,567	\$133,657,566.92		
2,021	3	148,375,995	\$148,375,994.65		
2,022	4	183,762,148	\$183,762,148.00		
2,023	5	226,881,259	\$226,881,258.88		
valor presente neto			\$285,138,268.85		

#### Punto de equilibrio.

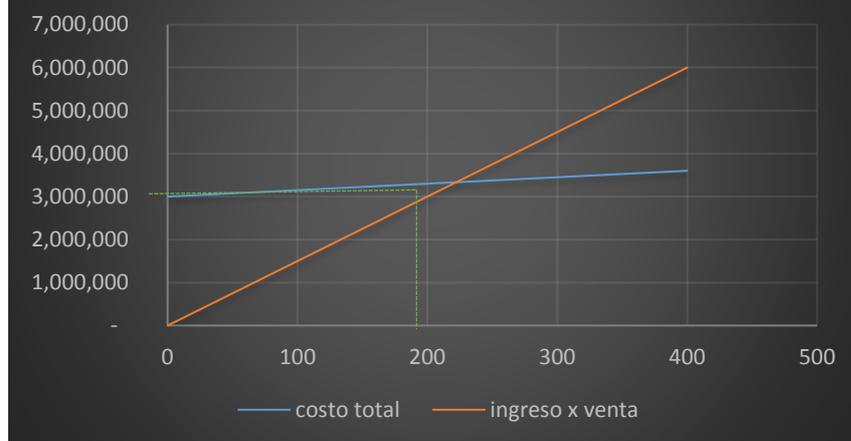
	ENTRADAS DE TURISTAS	ENTRADAS DE LOCALES	VENTAS RESTAURANTE	VENTAS SOUVENIRS
costos fijos(total)	7,500,000	3,000,000	8,250,000	5,250,000
costos variables(unitario)	1,500	1,500	5,500	1,500
precio de venta (initario)	15,000	15,000	13,000	10,000
punto de equilibrio	556	222	1,100	618
ingreso de equilibrio	\$ 8,333,333	\$ 3,333,333	\$ 14,300,000	\$ 6,176,471

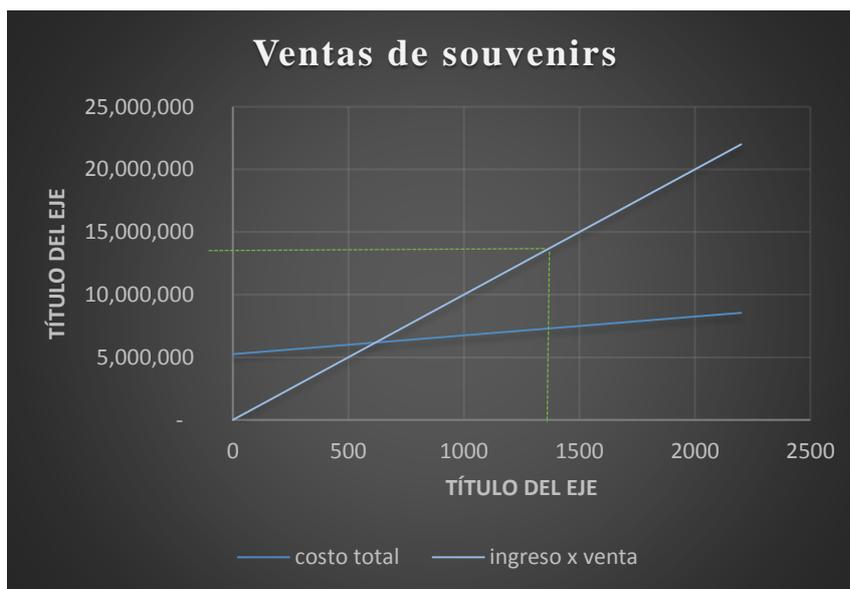


### Punto de equilibrio entradas turistas



### Punto de equilibrio entradas de locales







#### 4.2.4. Otros Indicadores Financieros

##### LIQUIDEZ

AÑOS	año 2019	año 2020	año 2021	año 2022	año 2023
Activo corriente	676,200,597	792,806,774	925,798,092	1,099,965,947	1,316,462,891
Pasivo corriente	130,272,849	134,368,955	143,919,140	163,388,239	186,567,725
Capital de trabajo	545,927,748	658,437,819	781,878,952	936,577,708	1,129,895,166
Indice de liquidez / Razón corriente	5.19	5.9	6.4	6.7	7

##### ENDEUDAMIENTO

AÑOS	año 2019	año 2020	año 2021	año 2022	año 2023
Total pasivo	325,765,702	287,891,639	251,684,289	221,267,323	190,060,335
Total activo	760,753,724	856,537,227	968,705,872	1,122,051,054	1,317,725,325
Nivel de endeudamiento	43%	34%	26%	20%	14%
Endeudamiento a corto plazo	40%	47%	57%	74%	98%

##### ACTIVIDAD

AÑOS	año 2019	año 2020	año 2021	año 2022	año 2023
Ventas(Ingresos)	1,914,000,000	1,971,420,000	2,050,276,800	2,152,790,640	2,260,430,172
Rotacion de activos	2.5	2.3	2.1	1.9	1.7

##### RENTABILIDAD

AÑOS	año 2019	año 2020	año 2021	año 2022	año 2023
Utilidad bruta	1,626,000,000	1,674,780,000	1,743,254,400	1,836,557,568	1,934,710,108
Utilidad operacional	215,064,521	217,970,799	236,185,670	284,901,456	344,783,160
Utilidad neta	129,404,390	133,657,567	148,375,995	183,762,148	226,881,259
Margen bruto	85.0%	85.0%	85.0%	85.3%	85.6%
Margen operacional	11.2%	11.1%	11.5%	13.2%	15.3%
Margen neto	6.8%	6.8%	7.2%	8.5%	10.0%
Rentabilidad del patrimonio	30%	24%	21%	20%	20%
Rentabilidad del activo	17.0%	15.6%	15.3%	16.4%	17.2%

#### Análisis financiero.

#### Capital de trabajo neto:

Para el primer año 2019 la empresa contará con un capital neto de trabajo de \$545.927.748, para el año 2020 será de \$658.437.819, en el 2021 de \$781.878.952, en el 2022 de \$936.577.708 y para el último año analizado 2023 resultará de \$1.129.895.166. Este indicador permite evidenciar el valor en pesos que le quedaría a la empresa después de haber pagado sus pasivos a corto plazo si tuviera que cancelarlos rápidamente.



### **Índice de liquidez:**

La empresa tendrá para el primer año un índice de liquidez de 5.19, para el segundo año de 5.9, para el tercer año de 6.4, para el cuarto año de 6.7 y en el quinto año de 7. Esto indica que la empresa contará con suficiente dinero para cubrir sus obligaciones en el corto plazo. El año cinco obtuvo el valor más alto de los años analizados debido a la disminución del pasivo corriente respecto al año anterior.

### **Nivel de endeudamiento:**

La empresa cuenta con un nivel de endeudamiento aceptable, ya que es menor al 60%, porcentaje aceptado por economías inflacionarias. Por cada peso que tiene la compañía invertido en activos para el año 2019 el 43% ha sido financiado a través de terceros como bancos, proveedores entre otros, para el 2020 solo el 34% fue financiado por terceros, para el 2021 el 26%, para el 2022 el 20% y para el 2023 el 14%.

### **Endeudamiento a corto plazo**

La empresa debe cubrir sus deudas en el corto plazo de la siguiente manera: 40% en el primer año, en el segundo año con el 47%, en el tercer año con el 57%, en el cuarto año con el 74% y en el quinto año casi a su totalidad con el 98%; lo que podría implicar cierto riesgo financiero en caso que la compañía no alcance con sus proyecciones económicas.

### **Rotación de activos:**

La rotación de activos para los años analizados fue la siguiente 2.5, para el segundo año de 2.3, en el tercer año de 2.1, para el cuarto año de 1.9 para el quinto año de 1.7.



**Margen bruto:**

Por cada peso de ventas el 85% queda disponible para la cubrir otros costos los tres primeros años, más en el cuarto y quinto año varía a 85.3% y 85.6% respectivamente.

**Margen operacional**

La empresa cuenta con una disponibilidad de 11.2% en el primer año, 11.1% en el segundo año, 11.5% en el tercer año, 13.2% en el cuarto año y finalmente en el 2023 con un 15.3% para cubrir gastos no operacionales por cada peso en ventas.

**Margen neto:**

Por cada peso en ventas la empresa recibe una utilidad final en los cinco años entre el 6.8% y 10% para los accionistas.

**Rentabilidad del patrimonio:**

La utilidad producida por cada peso del capital para el primer año es del 30% para el segundo año de 24%, para el tercer año de 21% y para el cuarto y quinto año del 20%.

**Rentabilidad del activo:**

Por cada peso invertido en activos se genera para el primer año el 17%, para el segundo año el 15.6%, en el tercer año el 15.3%, para el cuarto año el 16.4% y para el quinto año el 17.2% en utilidad.



#### 4.2.5. Análisis de riesgo

El análisis de los riesgos es básicamente hace referencias a situaciones externas y que no están bajo el control de Baluarte de la Champeta, pero que afectan directamente la sostenibilidad económica, social y ambiental. Con este estudio se mostrará de qué manera Baluarte de la Champeta enfrentaría los factores de riesgos sin que los inversionistas pierdan dinero.



**Riesgo económico**

- **Riesgo:**
  - Decrecimiento de la economía.
  - Multas por invasión de espacio público o incumplimiento de las normas establecidas a nivel nacional.
- **Estrategia:**
  - Implementar nuevas estrategias comerciales para aumento de visitantes.
  - Asesoría jurídica para evitar incumplir la ley colombiana.



**Riesgo ambiental**

- **Riesgo:**
  - Uso irracional del recurso agua.
  - Excesivo uso de bolsas plásticas.
- **Estrategia:**
  - Elaborar campañas de concientización para los visitantes de Baluarte de la Champeta.



**Riesgo social**

- **Riesgo:**
  - Rechazo de la comunidad.
  - Demanda de exagerados beneficios económicos por parte del personal operativo.
- **Estrategia:**
  - Inclusión laboral. Tener como prioridad la mano de obra local.
  - Búsqueda continua de la satisfacción de cliente interno.



## 5. IMPACTO DEL PROYECTO

### **Impacto del proyecto:**

El presente proyecto pretende reconocer el valor cultural del ritmo musical Champeta, su trayectoria a través de los años, sus cambios, eventos y personajes más representativos. Al explorar cada una de las entretenidas salas del establecimiento dejará el recuerdo de vivir una experiencia única centrada en la música champeta y todo lo que significa ser champetúo. Por su puesto, este es un proyecto emprendedor que pretende contribuir al desarrollo económico de la ciudad de Cartagena de Indias, con la generación de empleos, creación de una cultura emprendedora y al mismo tiempo tratar de minimizar problemas de discriminación alrededor de la Champeta.

### **5.1. IMPACTO ECONÓMICO**

Generación de empleos según los perfiles requeridos, como profesionales, técnicos o tecnólogos necesarios en la ejecución y puesta en marcha de Baluarte de la Champeta, además de la ampliación de la oferta del portafolio turístico cultural de la ciudad de Cartagena de Indias.

### **5.2. IMPACTO SOCIAL**

Rescatar la importancia de la música Champeta y cambiar el estigma de vulgaridad, violencia y drogadicción alrededor de este fenómeno cultural, a partir de la recreación de escenarios didácticos y de la mano de la tecnología abierta a todo público y en donde la familia y amigos pueden compartir de manera pacífica.



### **5.3. IMPACTO AMBIENTAL**

En cuanto al impacto ambiental se procurará que sean amigables con el medio ambiente debido a que se utilizarán luces sensoriales para su activación, sistema de riego ecológico con la ayuda de la reutilización de agua potable y agua lluvia, uso de lavamanos con activación sensorial, sanitarios con consumo mínimo de agua, además de publicidad y promoción digital.

### **5.4. GENERACIÓN DE EMPLEO DIRECTO E INDIRECTO**

Para que Baluarte de la Champeta ofrezca un servicio de calidad es necesario contar con personal suficiente para cubrir la operación del mismo.

#### **Empleos directos:**

Se generarán 27 empleos directos distribuidos de la siguiente manera: 1 Ingeniero de sistemas, 1 almacenista, 1 técnico electricista, 2 meseros, 2 cocineros, 1 cajero, 10 operarios para las salas y Recepción, más 1 supernumerario para un total de 19 colaboradores de planta operativa y 6 del área administrativa conformada por 1 Gerente operativo, 1 Chef ejecutivo, 1 contador, 1 Auxiliar contable, 1 Relacionista público y 1 encargado de Gestión humana. Por último, en el área de Ventas, 1 Jefe de ventas y 1 Analista de mercadeo.

#### **Empleos indirectos:**

En tanto al personal indirecto, por estrategia operacional se implementará (outsourcing), para las áreas de Seguridad y Aseo. De esta manera el establecimiento será un generador de empleo en la ciudad de Cartagena y contribuirá a la mejora continua de la calidad de vida de la comunidad cartagenera y sus alrededores.



## **CONCLUSIONES**

Baluartes de la Champeta pertenece al sector terciario de la economía y de economía Naranja o bien llamado industrias culturales (sector que ha crecido significativamente en los últimos años consolidándose como una nueva alternativa de emprendimiento); a nivel global según el centro internacional de comercio (ITC) ocupa el quinto lugar de mayor comercialización. Entre tanto, Baluarte de la Champeta es el primer lugar en Cartagena que tiene como temática principal la Champeta y todo lo que éste ritmo musical involucra como parte del acervo cultural del Caribe colombiano.

Después de haber realizado el estudio de mercado, técnico, organizacional, financiero e impactos, se podría afirmar que Baluarte de la Champeta es una idea de negocios con aceptación por parte de los cartageneros y de los turistas nacionales e internacionales y además rentable aunque costosa, pero presenta cifras positivas en términos de recuperación de la inversión, pues desde el primer año de funcionamiento se evidencian buenas utilidades, dejando claro que la empresa será rentable, razón por la cual será llamativa para inversionistas interesados en este tipo de actividad económica.



## BIBLIOGRAFÍA

Barrero, J. (2016) Economía Naranja. Revista Arcadia [On line]. Recuperado de:  
<http://www.revistaarcadia.com/periodismo-cultural---revista-arcadia/articulo/economia-naranja/54245>. [Acceso 20 Sep.2017]

Rojas, J. (2015). ¿Qué es la economía naranja? Portafolio. [On line]. Recuperado de:  
<http://m.portafolio.co/economia/finanzas/economia-naranja-36832> [Acceso 20 Sep. 2.017]

Nieto, C (2016). Los diez mejores museos de Colombia. Cultura. [On line]. Recuperado de: <https://www.carlosnieto.com.co/2016/11/05/los-diez-mejores-museos-de-colombia/>

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas*. Recuperado de:  
<http://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen/normas-y-estandares/nomenclaturas-y-clasificaciones/clasificaciones/clasificacion-industrial-internacional-uniforme-de-todas-las-actividades-economicas-ciiu>



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Definición tamaño empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande*; Ley 905 de Agosto 2 de 2004 que modifica la Ley 590 de 2000. Recuperado de:  
[http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/2761/definicion\\_tamano\\_empresarial\\_micr\\_o\\_pequena\\_mediana\\_o\\_grande](http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresarial_micr_o_pequena_mediana_o_grande)

Kotler, P. y Armstrong, G. (2007). *Marketing, versión para Latinoamérica*. Mexico. Pearson Education.

Turismo cultural. (1976). *Carta de Turismo Cultural adaptada por ICOMOS en Noviembre de 1976*. Recuperado de:  
[http://www.misionescoloniales.org/articulos/leyes\\_reglamentos\\_cartas/Carta%20turismo%20cultural%201976.pdf](http://www.misionescoloniales.org/articulos/leyes_reglamentos_cartas/Carta%20turismo%20cultural%201976.pdf)

Paez, E. (2010). *Plan de compras*. El salvador. [On line]. Recuperado de:  
<https://es.scribd.com/doc/3260391/PLAN-DE-COMPRAS>.

Diaz, G (2011). Blog *Historia de la Champeta. Música Champeta o Terapia Criolla*. [On line]. Recuperado de: <http://champetuo93.blogspot.com.co/2011/03/historia-de-la-champeta.html>



## ANEXOS

### Encuesta aplicada a cartageneros

#### ENCUESTA DE SERVICIO Y PRODUCTOS CULTURALES



Fundación Universitaria Los Libertadores sede Cartagena- Opción de grado.

Genero: F\_\_ M\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

#### Descripción:

La presente encuesta tiene como objetivo la búsqueda de información necesaria para indagar sobre la viabilidad de un establecimiento en la ciudad de Cartagena de indias, que reúna elementos propios de la cultura de manera interactiva, didáctica y que permita vivir una experiencia única teniendo como eje central la música Champeta.

- 1) ¿Qué actividades de esparcimiento son de su preferencia para compartir en familia?
  - a) Visitar Casas culturales \_\_\_\_
  - b) Conciertos musicales \_\_\_\_
  - c) Festivales \_\_\_\_
  - d) Otro : \_\_\_\_\_
- 2) ¿Cuál de los siguientes géneros musicales usted considera que más representa la cultura de Cartagena?
  - a) Cumbia \_\_\_\_
  - b) Champeta \_\_\_\_
  - c) Mapalé \_\_\_\_
  - d) Otro \_\_\_\_\_
- 3) ¿Le gustaría visitar un lugar en Cartagena que reúna historia, instrumentos musicales, bailes, juegos y gastronomía; recreando el concepto de la música Champeta?
  - a) SI \_\_\_\_
  - b) NO \_\_\_\_
- 4) ¿En qué parte de la ciudad se imagina este lugar?
  - a) Centro histórico \_\_\_\_
  - b) Getsemani \_\_\_\_
  - c) Bocagrande \_\_\_\_
  - d) Chambacú \_\_\_\_





- 5) ¿Pagaría por ingresar a éste establecimiento si costara...?
- a) \$20.000 \_\_\_\_
  - b) \$30.000 \_\_\_\_
  - c) \$40.000 \_\_\_\_
  - d) \$50.000 \_\_\_\_
- 6) Este lugar incluirá servicio de alimentos y bebidas, ¿cuánto está dispuesto (a) a pagar por un plato fuerte?
- a) \$15.000 \_\_\_\_
  - b) \$20.000 \_\_\_\_
  - c) \$25.000 \_\_\_\_
  - d) \$30.000 \_\_\_\_
- 7) ¿Cuál considera que es el nombre más atractivo para el establecimiento?
- a) La Casa de la Champeta \_\_\_\_
  - b) Champegena \_\_\_\_
  - c) Casa Museo de la Champeta \_\_\_\_
  - d) Champeta Lifestyle \_\_\_\_
  - e) Bahuarte de la Champeta \_\_\_\_
- 8) ¿A través de qué medio le gustaría recibir información de este tipo de establecimiento?
- a) Correo electrónico \_\_\_\_
  - b) Redes sociales \_\_\_\_
  - c) Prensa \_\_\_\_
  - d) Televisión \_\_\_\_
  - e) Todas las anteriores \_\_\_\_



## Encuesta aplicada a turistas de habla hispana

### ENCUESTA DE SERVICIO Y PRODUCTOS CULTURALES



Fundación Universitaria Los Libertadores sede Cartagena- Opción de g: auu.

Ciudad: \_\_\_\_\_

Genero: F\_\_ M\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

#### Descripción:

La presente encuesta tiene como objetivo la búsqueda de información necesaria para indagar sobre la viabilidad de un establecimiento en la ciudad de Cartagena de indias, que reúna elementos propios de la cultura de manera interactiva, didáctica y que permita vivir una experiencia única teniendo como eje central la música Champeta.

1) ¿Por qué visita Cartagena?

a) Negocios \_\_\_\_

b) Ocio \_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

2) ¿Ha escuchado acerca de la música Champeta?

a) SI \_\_\_\_

b) NO \_\_\_\_

3) ¿Le gustaría visitar un lugar en Cartagena que reúna historia, instrumentos musicales, bailes, juegos y gastronomía; recreando el concepto de la música Champeta?

a) SI \_\_\_\_

b) NO \_\_\_\_

4) ¿En qué parte de la ciudad se imagina este lugar?

a) Centro histórico \_\_\_\_

b) Getsemani \_\_\_\_

a) Bocagrande \_\_\_\_

b) Chambacú \_\_\_\_





- 5) ¿Pagaría por ingresar a este establecimiento si costara...?
- a) \$20.000 \_\_\_
  - b) \$30.000 \_\_\_
  - c) \$40.000 \_\_\_
  - d) \$50.000 \_\_\_
- 6) Este lugar incluirá servicio de alimentos y bebidas, ¿cuanto está dispuesto (a) a pagar por un plato fuerte?
- a) \$15.000 \_\_\_
  - b) \$20.000 \_\_\_
  - c) \$25.000 \_\_\_
  - d) \$30.000 \_\_\_
- 7) ¿Cuál considera que es el nombre más atractivo para el establecimiento?
- a) La Casa de la Champeta \_\_\_
  - b) Champegena \_\_\_
  - c) Casa Museo de la Champeta \_\_\_
  - d) Champeta Lifestyle \_\_\_
  - e) Baluarte de la Champeta \_\_\_
- 8) ¿A través de qué medio le gustaría recibir información de este tipo de establecimiento?
- a) Correo electrónico \_\_\_
  - b) Redes sociales \_\_\_
  - c) Prensa \_\_\_
  - d) Televisión \_\_\_
  - e) Todas las anteriores \_\_\_



## Encuesta aplicada a turistas anglosajones

### SERVICE AND CULTURAL PRODUCTS SURVEY



Fundación Universitaria Los Libertadores sede Cartagena- Opción de grado.

Country: \_\_\_\_\_

Gender: F \_\_\_ M \_\_\_

Date: \_\_\_\_\_

#### Description

This survey try to obtain all the information to confirm if it is viable a business that has cultural and typical elements in an interactive and dynamic way, it would let you live a unique experience around Champeta music.

1) Why are you visiting Cartagena?

a) Business \_\_\_

b) Tourism \_\_\_

Other \_\_\_\_\_

2) Have you ever listened about Champeta music?

a) YES \_\_\_

b) NO \_\_\_

3) Would you like to visit a place in Cartagena that includes history, musician instruments, dancing, games and gastronomy, everything around Champeta music?

a) YES \_\_\_

b) NO \_\_\_

4) In which part of city do you imagine/ think is perfect for this place?

a) Old city \_\_\_

b) Getsemani neighborhood \_\_\_

c) Bocagrande neighborhood \_\_\_

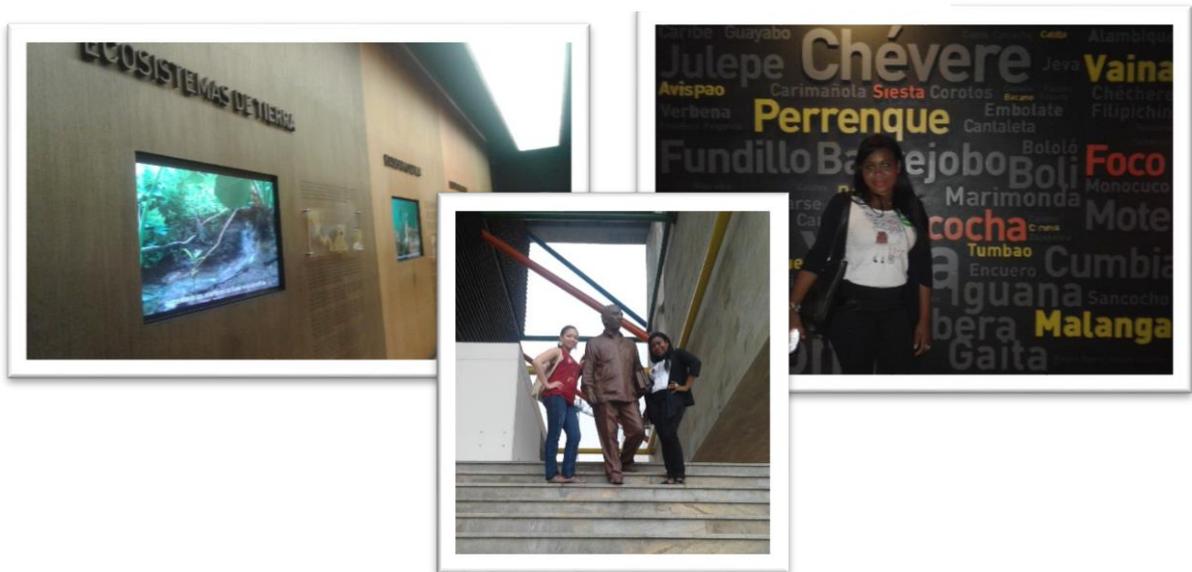
d) Chambacú neighborhood \_\_\_





Visita a centros de tecnología y entretenimiento en ciudades como Barranquilla y  
Medellín:

*Ilustración 6 Museo del Caribe Barranquilla, Colombia*



*Ilustración 7 Casa del Carnaval. Barranquilla, Colombia*





Ilustración 8 Visita Parque Explora. Medellín, Colombia





Ilustración 9 Visita Museo del agua. Medellín, Colombia





Ilustración 10 Entrevista a Viviano Torres

