

Universidad EAN

Especialización de Empresas Servicios y Productos de la Música

Plan de negocios Empresa STOMP COACHING

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

AUTORES

Juan Camilo Buitrago

Tutor

Alex Pérez

Enero de 2014

Bogotá D.C.

DEDICATORIA

A Marín por nunca haber dejado de creer en mí. Perdóname por no haber alcanzado a terminar esto antes y darte la satisfacción en vida pero fuiste y serás siempre la persona más importante en mi vida.

A el abuelo porque sé que en el fondo este logro lo hará muy feliz.

A mi familia y amigos y por supuesto a Lina por haberme cambiado la vida y llenarme de felicidad con Jero y memé.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Julieta Ramírez por haberme abierto las puertas a este programa que cambio la perspectiva de mi carrera profesional. .

Gracias a Alex Pérez por *literalmente* empujarme hacia la dirección correcta y hacerme pensar en grande.

Naturaleza del proyecto

Justificación.

La constante volatilidad de los mercados y la incertidumbre constante en un contexto global hacen que las organizaciones se enfrenten a constantes desafíos para consolidar equipos de trabajo autosuficientes, Asumir nuevos cargos, mejorar la comunicación, integrar los equipos de trabajo, reducir los niveles de estrés y potenciar las habilidades hacia el liderazgo, por lo que coaching aplicado a las necesidades empresariales ha venido tomando fuerza en el mercado global y el colombiano no es la excepción. Con frecuencia, para trabajar en estos aspectos, las organizaciones suelen recurrir al coaching empresarial. Esta tendencia, que se pensó que pasaría de moda, se convirtió en una actividad o herramienta cada vez más constante en el mundo de los negocios.

Así también lo demuestra un estudio mundial sobre el tema adelantado por la Federación Internacional de Coaching, obviamente parte interesada en la promoción del tema. El informe (en el que participaron más de 12.000 coaches de 117 países de África, Asia, Europa, Norteamérica y Sudamérica, certificados o no certificados por esta organización) arroja información interesante sobre este mercado en crecimiento. Según este, en la actualidad hay alrededor de 47.500 coaches en todo el mundo.

De acuerdo con el estudio, el cual combinó el ingreso anual promedio que generan los coaches con el número de ellos que actualmente están activos, este sector produjo el año pasado, a nivel mundial, recursos por casi 2.000 millones de dólares. El caso de América Latina y el Caribe, la región produjo ingresos del orden de 73 millones de dólares el año pasado. Allí, cada coach activo, en promedio, ganó 34.400 dólares. En Asia, esa cifra es de 36.500 dólares, mientras que obtuvieron, como región, ingresos por 95 millones. Entre los servicios, el más mencionado es la consultoría con un 62%.

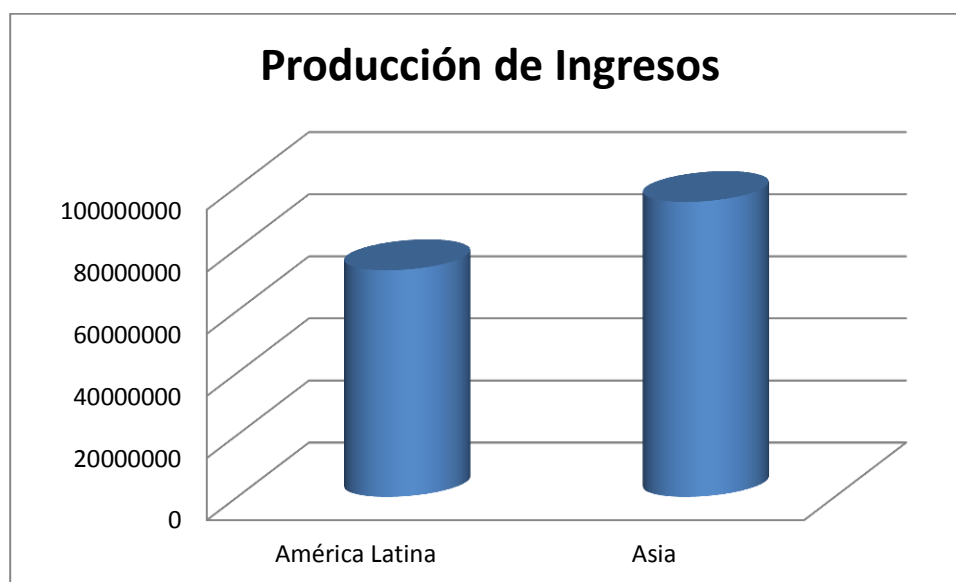


Ilustración 2: Ingresos en millones de dólares año 2012

Actualmente en Colombia, directores, gerentes y personas en todo tipo de cargos están acudiendo a un coach, en busca de “esa otra mirada” que los ayude a realizarse tanto profesional como personalmente. Este contexto global y local es un

escenario interesante para para competir en un mercado emergente en una economía en pleno desarrollo que en los últimos 10 años se ha visto beneficiada por la introducción del Coaching organizacional.

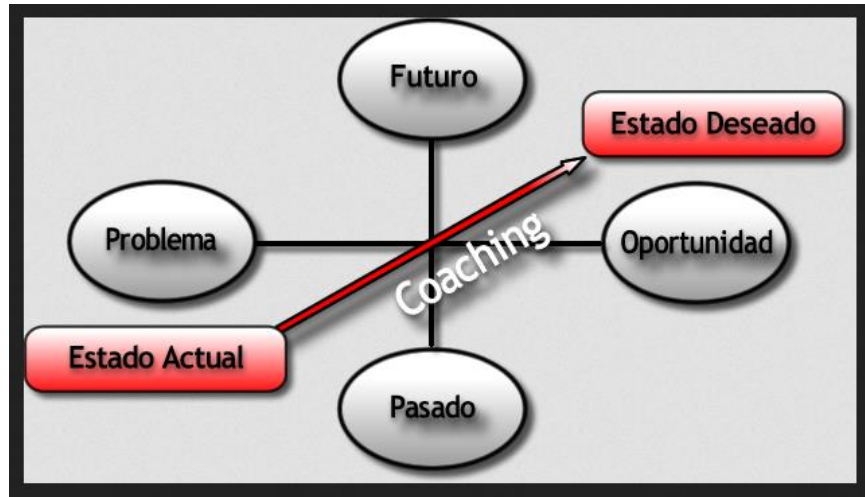


Ilustración 1: Modelo general de Coaching

Este sector cuenta con trece años en Latinoamérica y diez en Colombia por lo que es una industria bastante joven con un presente estable y futuro prometedor ideal para nuevos modelos de negocio como es el “STOMP COACHING”.

Marco teórico

Coaching.

El coaching proviene de la palabra francesa coach que significa carruaje, es decir un vehículo para transportar personas de un lugar a otro. La International Coaches Federation (ICF) su nombre en inglés, que representa la asociación más grande de coaches del mundo lo define como: “El Coaching es una relación profesional continuada que ayuda a que las personas produzcan resultados extraordinarios en sus vidas, carreras, negocios u organizaciones. A través de este proceso de coaching, los clientes ahondan en su aprendizaje, mejoran su desempeño y refuerzan su calidad de vida” (Scheinsohn; 2011). Otra definición para coaching es: “Es la relación profesional continuada que ayuda a obtener resultados extraordinarios en la vida, profesión, empresas o negocios de las personas” (Selman; 1998). Finalmente La sociedad Francesa de Coaching dice: “Es el acompañamiento a una persona a partir de sus necesidades profesionales, para el desarrollo de su potencial y de su saber hacer” (Jiménez; 2011).

Coaching empresarial.

Este tipo de coaching ayuda a un coach para plantear el problema (¿Qué?) y analizar diferentes variables con el fin de hallar el punto de partida en busca de una solución a un problema, así mismo, contribuye con el cuestionamiento de

paradigmas con el propósito de crear una actitud más reflexiva para ayudarlo a encontrar nuevas formas de proceder. Lo anterior sirve para dar una respuesta innovadora a la problemática que se presenta. Estas tres fases (Identificación del problema, identificación y ruptura de los paradigmas y, la solución o respuesta) constituyen una nueva disciplina inspirada en los grandes coach deportivos que es llevada al ámbito organizacional como una forma de desarrollar altas competencias y producir grandes saltos en el aprendizaje de gerentes y ejecutivos.

Estilo musical Stomp

Stomp como nuevo estilo de música urbana.

En 1990, el Stomp surgió como una alternativa musical para los artistas de Brighton, Inglaterra, que no tenían recursos económicos y debían acudir a instrumentos caseros como las escobas, canecas, postes, latas de pinturas, llantas, tubos, entre otros, para hacer música. Empezó a implementarse en piezas musicales de jazz dado a su característica de improvisación y con el tiempo empezó a consolidarse como un nuevo tipo de música. Hoy en día, en las principales ciudades del mundo, se producen espectáculos de Stomp, que adquieren rostro teatral y musical. La combinación de sus sonidos es contagiosa y la energía de quienes lo interpretan emociona al público.

Uno de los musicales más famosos de Broadway en Nueva York, es el de STOMP. Hoy en día esta música no convencional es considerada también como una pieza artística con rostro teatral. La combinación de sus sonidos es contagiosa y la energía de quienes lo interpretan emociona al público.

Stomp: nuevo género musical.

En Colombia el Stomp no existía en la academia y tampoco era llevado a festivales o grandes eventos que contaran con un reconocimiento público. Pero ahora, con la ayuda del Ministerio de Cultura el panorama ha cambiado.

“La gerencia de música se ha intentado salir un poco de los géneros tan marcados. Dentro de las fusiones entran muchas cosas no convencionales. Justamente en esta línea de salirnos de los formatos buscamos darle cabida a todos los artistas de la ciudad”, dice Janeth Reyes, coordinadora de Creación y Formación de la música de Idartes.

Debido a que esta expresión artística se realiza de manera no convencional, bajo parámetros muy diferentes a los que siguen los géneros clásicos, anteriormente, no se consideraba como un tipo de musicalidad. Pero la mentalidad de los artistas ha cambiado, ahora hacer música es válido siempre y cuando la persona busque expresarse.

“La persona, primero es músico y después es clarinetista, violinista o directo. De todas maneras, se es músico aún sin el instrumento porque es una forma de pensar, de vivir y de sentir” Luis Guillermo Vicaría director de los clarinetes de la Orquesta Filarmónica de Bogotá.

Ahora, los músicos, tanto convencionales y los tradicionales afirman que hacer música es sentir lo que se interpretan en el corazón.

Es así como el Stomp se convierte en un género de música y una alternativa para todos aquellos amantes del arte, que aunque no cuentan con los instrumentos tradicionales, tienen la creatividad y la pasión para crear ritmos que emocionan.

Nombre de la empresa.

Stomp coaching

Nombre del producto.

Stomp coaching empresarial

Tipo de empresa.

De servicios (consultoría)

Ubicación y tamaño.

La empresa no tiene un requisito de ubicación fija debido a que tiene pocas necesidades técnicas. Esta es considerada como microempresa debido a este tipo de necesidades.

Inicialmente estará ubicada en Bogotá.

Visión de la empresa

La empresa Stomp coaching será líder en la industria del coaching empresarial a nivel nacional e internacional innovando y descubriendo el capital humano en las empresas.

Misión de la empresa

La empresa stomp coaching crea espacios ideales para desarrollar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo a partir la interpretación musical de elementos reciclables.

Objetivos de la empresa

Objetivos generales

Crear el plan de negocio para la empresa Stomp Coaching, logrando con este, desarrollar todo el potencial de este proyecto que se empezó a elaborar e implementar durante el 2013, al término del programa académico de la

especialización de Gerencia en empresas productos y servicios de la música, gerenciado por la Universidad EAN.

De igual manera se busca obtener un crecimiento proyectado en ventas y fidelizar la mayor cantidad de clientes posibles.

Objetivos específicos.

- **Corto plazo** (Primer año).

Fidelizar clientes como el FONDO NACIONAL DE GARANTÍAS y RAMO a través de nuevas propuestas de valor que se moldeen a sus necesidades. De igual manera se pretende trabajar con nuevas empresas como PACIFIC RUBIALES ENERGY y la compañía CLARO COLOMBIA.

- **Mediano plazo** (Tercer año).

Constante innovación en la prestación de servicios, ampliación del portafolio de clientes en el sector energético y de telecomunicaciones para un estimado de 10 empresas.

- **Largo Plazo** (décimo año).

Proyectar STOMP COACHING a nivel nacional e internacional con más de 30 empresas de sectores diversos como el energético, gubernamental, de telecomunicaciones y del entretenimiento.

Ventajas competitivas.

El valor agregado de esta propuesta recae en su contexto creativo donde los conceptos del coaching empresarial se trabajan desde la interpretación musical al alcance de todos, donde el resultado es medible y contundente al final del proceso con la puesta en escena. Esta propuesta es diferente gracias a su contexto creativo musical sin limitantes técnicas que ofrece el stomp cuyo resultado es impactante gracias a la experiencia y su proceso de puesta en escena donde de manera similar al mundo empresarial los grupos se ven enfrentados a un reto con limitantes de tiempo, personalidades distintas e inevitablemente expuestos a nuevas dificultades que exigen el desarrollo de estrategias grupales flexibles con liderazgos compartidos en medio de un proceso de autodescubrimiento personal y grupal.

Propuesta de valor.

Stomp coaching crea una experiencia grupal musical única e irrepetible que se traduce en una inversión para toda la vida gracias a las habilidades fundamentales de liderazgo, comunicación , toma de riesgos , manejo de crisis, manejo de la incertidumbre , trabajo bajo presión sinergia grupal y empoderamiento personal, necesario en un entorno global cambiante y sumamente volátil como el que vivimos actualmente.

Perfil del emprendedor.

Juan Camilo Buitrago

Músico egresado de la universidad el bosque, paciente, sereno y optimista hacia el futuro, rebelde frente a conceptos paradigmáticos y absolutos, capaz de pensar distinto y trabajar en equipo en sectores como la industria musical y finca raíz.

Caracterización del Sector.

De acuerdo con los datos del Global Coaching Study 2012, realizado por la International Coach Federation, ICF, el número de profesionales dedicados a esta práctica en el mundo es de 47.500. La región en la que hay una tendencia más marcada es Europa, que alberga 21.300 del total y la de menor participación es Medio Oriente con 2.100.

Por su parte, América del Sur tiene 2.600 profesionales y ocupa el cuarto lugar después de América del Norte con 15.800. Asia supera a Oceanía con 3.300 y 2.400, respectivamente.



Ilustración 3: datos del Global Coaching Study 2012, realizado por la International Coach Federation

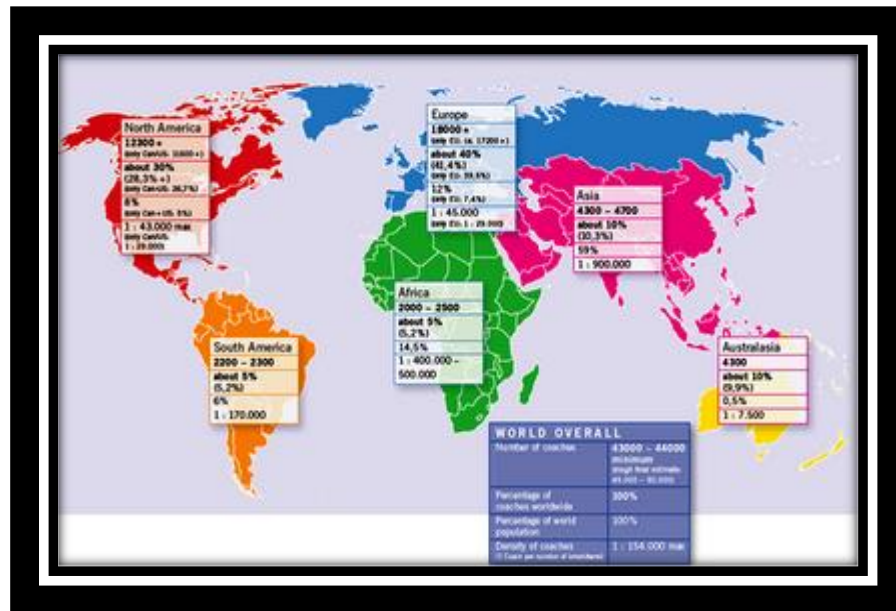


Ilustración 4: COACHING en el mundo.

En 27 países el coaching de negocios está avanzado y encaminado en su profesionalización. En 125 no lo está y en 10 países no está perfilado todavía. El panorama de Sud América se observa como en un estado bastante desarrollado, el

coaching es mayormente aceptado y usado como herramienta empresarial. En 5 de 13 países como Argentina, Brasil, Colombia, Perú y Chile el coaching está en fase de crecimiento. La existencia de una alta cantidad de países que cuentan con una Asociación profesional, como por ej. Argentina, Brasil, Chile y Perú, sugiere un trabajo de desarrollo y comprensión del coaching desde un punto de vista localista. Se suma la existencia de la presencia de Asociaciones Internacionales de Coaching en crecimiento en el continente.

El coaching empresarial está tomando fuerza en Colombia sobre todo en los últimos años ya que “están probados los resultados de los procesos y los beneficios son tangibles a nivel organizacional y personal, permitiendo hacer arreglos en las limitaciones o miedos que manejan los individuos y que afectan su desempeño a nivel de estos dos campos”, explicó Luis Salazar, coach y gerente de S&S Consultores y Talentos.

Actualmente el sector cuenta con los siguientes participantes:

Coaching hall, acc, Newfield Network, acc, optimum management, international center, ancoach, fbg consultora, service gallery, escuela ser coach, focus coaching, e international coaching.

Según el estudio más reciente realizado por la ICF la entidad más importante de coaching a nivel mundial Colombia cuenta con un promedio de 1 coach por cada

88,000 habitantes lo que con el crecimiento demográfico y formación de coaches anual Colombia contaría con un promedio de 600 a 700 coaches activos en el sector.

Segmento del mercado.

Este servicio está dirigido a aquellas organizaciones que dispongan de equipos de trabajo que tengan la necesidad de mejorar aspectos de comunicación, ambiente laboral, sinergia grupal, afianzamiento del liderazgo para lograr las condiciones ideales que contribuyan a elevar los índices de productividad y compromiso con la visión de cada empresa.

Por citar algunos ejemplos por sectores de clientes potenciales:

- Sector Aéreo
 - Avianca
 - Ramo
 - Bavaria
- Agroindustrial
 - Federación Nacional de Cafeteros
 - Alpina
 - Nestlé de Colombia
 - Manuelita
 - Postobón
 - Incauca
 - Colombina
 - Avidesa Mac Pollo
 - Grupo Quala
- Alimentación y bebidas
 - Colanta

- Unilever Andina
- Aseguradoras
 - Fondo nacional de garantías
 - AFP Protección
 - Seguros Bolívar
 - Mapfre
- Aseo y cosméticos
 - Johnson & Johnson
 - Colgate Palmolive
 - Procter & Gamble
- Automotriz
 - Sofasa
 - General Motors – Colmotores
 - Compañía Colombiana Automotriz
 - Los Coches la Sabana
- Cajas de compensación
 - Compensar
 - Cafam
 - Colsubsidio

En estas organizaciones existe un mercado potencial de 1000 a 3000 personas, es decir durante los próximos 10 años de acuerdo a los objetivos a mediano y largo plazo, el coaching abarcará un aproximado de 30000 a 90000 clientes. Estos se pueden dividir por departamentos como finanzas, talento humano, responsabilidad social, presidencia, ventas, ingeniería de sistemas, servicios de limpieza, etc.

Debido a la flexibilidad del servicio y las características de su aplicación el segmento resulta ser bastante amplio debido a que desde que existan equipos de trabajo en busca de mejorar, stomp coaching se puede moldear a sus necesidades.

Análisis de la competencia

Estas son las empresas que prestan un servicio similar:

Coaching hall (Programa líder coach)

El programa Líder – Coach inicia con un assessment 360 grados de competencias de liderazgo que permite al líder identificar aquellas fortalezas en su liderazgo y aquellas competencias en las cuales requiere mejoramiento para aumentar su efectividad organizacional. Adicionalmente, el programa puede incluir mediciones de avance y mediciones de resultados en los focos de desarrollo definido y relevante para el desarrollo de la persona y de la organización.

Contenido.

Talleres grupales de desarrollo de las competencias como líder – coach.

- Coaching individual.
- Coaching grupal.

- Prácticas de conversaciones de coaching con clientes internos en la organización.
- Coaching individual
- Coaching de equipos
- Coaching de transición: para personas recientemente ingresadas, promovidas ó en etapas de cambio en el desarrollo evolutivo que están impactando en su bienestar y calidad de vida (movimientos geográficos, jubilación, asuntos familiares, entre otros)
- Coaching orientado a procesos de gestión de cambio a nivel individual y/o de equipos.
- Coaching para equipos directivos.

Coaching group.

Esta empresa ofrece servicio de coaching organizacional, implementación estratégica, desarrollo del liderazgo, consolidación de equipos de alto desempeño y soluciones culturales.

Idelco.

Esta empresa ofrece los siguientes servicios:

Programas de coaching corporativo, Coaching para la Comunicación, Coaching para el Liderazgo y Coaching a la medida.

ICL.

Esta organización ofrece los siguientes servicios:

Coaching Personalizado.

Coaching de Vida / Life Coach.

Coaching Ejecutivo y Empresarial

Coaching Empresarial y de Equipos

Business Coaching

Coaching y Liderazgo - Leader Coach

Directivo Coach

Coaching y Mentoring

Coaching Ontológico y Procesos Conversacional

Coaching Social - RSE

Coaching Comercial – Marketing Coach

Coaching Espiritual – WiFi Espiritual

Análisis de la competencia en el sector de la industria musical nacional con agrupaciones de Stomp

Grupo e yara

Se dedica a hacer montajes de stomp teatral con materiales reciclables y una puesta en escena con sentido ambiental.

Grupo seis on.

Este producto, se puede catalogar como un show musical y también escénico, en el que hay una constante interacción con el público generando una conexión especial cargada de mucho humor. Es precisamente este estilo tan particular, el que los ha llevado a diferentes escenarios del país, consolidándose así, un interesante proceso de maduración del que hoy en día pueden disfrutar todos aquellos amantes de las bellas artes.

Grupo solle el cuerpo de Medellín.

Esta agrupación es una compañía artística interdisciplinaria que busca el encuentro y dialogo entre las artes y otras prácticas y saberes fusionados en un solo cuerpo escénico, fundamentados en tres conceptos esenciales: RITMO - CUERPO - EXPRESIÓN. Sobre la base de ritmos latinoamericanos y universales, desarrollan una propuesta que indaga desde la exploración de lo NO

CONVENCIONAL en otras expresiones y sensaciones estéticas. Buscan con su propuesta la integración de diferentes disciplinas artísticas: música, danza, teatro, artes escénicas, visuales y circenses en una misma puesta en escena.

Diferencial de stomp coaching en el mercado.

Stomp Coaching se diferencia de estas propuestas en el mercado debido a la experiencia grupal alcanzada desde una perspectiva artística, el proceso y el resultado no requieren de los parámetros tradicionales que normalmente se aplican en el mercado, la propuesta es distinta de principio a fin debido a que el aprendizaje se alcanza desde la experiencia única que da una puesta en escena, aquella que normalmente es exclusiva para artistas profesionales y que se asocian en estos contextos únicamente, y es aquí donde stomp coaching se destaca para crear una experiencia donde los participantes realmente experimenten lo que siente un artista en un escenario, esa mezcla de emociones es quizás una de las escuelas de vida más importantes que un equipo de trabajo pueda llegar a tener y eso es precisamente lo que el servicio de stomp coaching ofrece a sus clientes.

Concepto del producto o servicio.

A través de la creación conjunta de piezas de percusión y puesta en escena con objetos reciclados, los participantes se contagian de la energía del Stomp y ponen a prueba sus destrezas de creatividad y trabajo en equipo, obteniendo un sentido renovado de logro, motivación y pertenencia.

¿Qué sucede en un taller de Stomp – Coaching?

1ª parte: acción.

Los participantes abordarán por equipos el desafío de realizar montajes de percusión y puesta en escena con objetos reciclados (esto es Stomp), los cuales presentarán ante una audiencia. Posteriormente TODO EL GRUPO tendrá el desafío de hacer su propio Stomp. Se brindarán bases de percusión y nociones básicas de Stomp, con demostraciones interactivas en vivo con un experto, y videos de artistas profesionales.

2ª parte: procesamiento.

Se hará un breve procesamiento de la experiencia, centrado en recoger las principales vivencias y aprendizajes, y enfocado en generar un sentido renovado de trabajo en equipo, motivación y pertenencia a la organización.

En el procesamiento, se pueden abordar algunos de los siguientes temas, según las necesidades específicas de la organización.

Resultados de cada taller de trabajo en equipo

Conocimiento de la misión y objetivos organizacionales

- Claridad de su rol e impacto dentro de la organización.
- Confianza
- Actitud
- Valores y objetivos
- Habilidades
- Planeación
- Reto
- Generación y construcción del conocimiento
- Creatividad e innovación
- Coordinación
- Feedback o Retroalimentación
- Manejo del conflicto
- Exigencia mutua
- Liderazgo
- Compromiso
- Motivación
- Sinergia
- Acuerdos comunes
- Respeto a la diferencia de opiniones
- Coherencia
- Mística: Pasión

Parámetros del taller

- No. de participantes: De 10 a 150
- Espacio requerido: Auditorio cubierto o al aire libre donde se pueda manejar un volumen alto de sonido. Espacios cubiertos o al aire libre donde grupos pequeños puedan practicar sin que sus sonidos interfieran entre sí.

- Materiales: Stomp Coaching pone los materiales.
- Duración: 4 horas
- Costo por participante: \$160.000
- Incluye:, Materiales–Un Coach y Consultor Organizacional certificado por la ICF (International Coach Federation) por cada 20 participantes Un Músico profesional, experto en Stomp.

Funcionamiento del producto

Cronograma por actividades del taller

| TALLER STOMP – COACHING ART – FNG – SEPT 2013 | | | | |
|-----------------------------------------------|------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hora | Dura | Evento | Acciones y encargados | Notas |
| 6:00-7:00 | 1h | Preparativos | - Montar video beam , audio, videos (Andrés) - Montar materiales y tela (Karen y JuanC) - Acomodar salón, ¿sacar asientos sobrantes? (Karen y JuanC) - Escribir conceptos musicales en hojas (JuanC) | hojas, marcadores, cinta, parlantes, tela |
| 7:00-7:15 | :15 | Llegada | Registro, escarapelas (K) Pasar listado de asistencia (J) | Karen imprime lista |
| 7:15-7:45 | :30 | Bienvenida, introducción | - Bienvenida (K) - Presentación C. Art - Stomp Art - trabajo en equipo (K) - Presentación facilitadores (J,A) - Logística (baño, refrigerio) (A) - Acuerdos (celular, arriesgarse, salir de la zona de confort) (A) | ppt |
| 7:45-8:05 | :20 | Videos | VIDEOS STOMP (A) | ppt |
| 8:05-8:35 | :30 | Exploración Musical | -Qué es Stomp (Andrés) -Las oportunidades que nos da el Stomp (Juan) -Ver los materiales (Karen destapa tela) -Temas/Herramientas Musicales (J y A) (escribir en tablero-hojas) Pasando gente al frente a explorar | Lista de conceptos impresa para JuanC, y Andrés. Hojas con conceptos escritos. Cinta. |
| 8:35-8:40 | :05 | Presentación del reto | - Presentar Reto (K y A) - Presentar reglas (K, A y J) - Instrucción: Van a tener 10 min para presentarse, reconocerse, planear una estrategia, y al final de esos 10 minutos van a poder pasar a tomar materiales. (A) | ppt |
| 8:40-8:50 | :10 | Inicio del reto | | - Separar por grupos / cada uno de nosotros va a estar con un grupo - 10 min de estrategia: Ubicarse en un espacio, reconocerse, planear. |
| 8:50-9:40 | :50 | Coger materiales, preparar la presentación | | Repartir refrigerio a las 9:20 (Todos) |
| 9:40-10:00 | :20 | Presentaciones | | Sentarnos en la media luna |
| 10:00-10:20 | :20 | Procesamiento por grupos | | KAREN: - <i>Cómo me siento - cuerpo - hablan 2 o 3.</i> (5) - Escoger a una persona que toma nota y le presenta a los demás sus conclusiones. - <i>¿Cuáles elementos de trabajo en equipo estuvieron presentes?</i> (5) - <i>¿Cuáles hicieron falta / les hubiera gustado tener?</i> (5) - <i>Escoger las 4 más importantes de cada uno y por qué.</i> Anotar. (5) |
| 10:20-10:35 | :15 | Procesamiento Plenaria | | - Organizarse en media luna (5) - Contarle en 2 min a los demás las 4 más importantes de cada uno y por qué. (6) - Anotar en el tablero las respuestas (Juan) - Comentarios (4) |
| 10:35-10:50 | :15 | Reto final | | ANDRES: - Hacer círculo. - <i>¿Uds creen que pueden llevar lo que han hecho a un siguiente nivel?</i> - Van a tener una oportunidad de FORTALECER esos elementos de trabajo en equipo que han identificado, y empezar a poner en práctica los que les hacen falta. - El reto es: Hacer stomp todos juntos (ppt). |

Exposición.



Durante este proceso se expone el contexto histórico y marco teórico del stomp.



Durante esta segmento se exponen las pautas musicales para que los grupos preparen su puesta en escena.



Preparacion.

Se definen los grupos de manera heterogenea para exponer a los participantes a un reto mas exigente ya que se veran enfrentados a dificultades distintas con grupos de trabajo desconocidos.



Los facilitadores ofrecen soluciones creativas a los problemas que surgen en el proceso de interpretación de cada grupo.



Los grupos empiezan a experimentar y encontrar sus propias soluciones.



Etapa de experimentación y sinergia grupal



Etapa final de maduración de las propuestas enriquecida por interacciones con otros grupos de trabajo.



Puesta en escena.



Cada grupo de trabajo propone un montaje de stomp, donde se evidencian liderazgos compartidos y nuevas dinámicas de comunicación.



La sinergia grupal se traduce en emociones positivas como se puede observar con el lenguaje corporal de cada integrante durante la puesta en escena.





Estrategia de aprovisionamiento

El servicio de consultoría stomp coaching requiere de las siguientes materias primas:

| Material reciclable | Costos |
|--------------------------------------------|------------|
| 10 Botellones de agua cristal | \$100,000 |
| 20 baldes de plástico de distintos tamaños | \$80,000 |
| 20 escobas, 20 palos de escoba | \$180,000 |
| 5 canecas industriales plástico y aluminio | \$240,000 |
| 50 Botellas de plástico | \$90,000 |
| 20 botellas plásticas de detergente | \$50,000 |
| 10 canecas de aluminio | \$ 250,000 |

| Productos Tecnológicos | Costo |
|------------------------|----------|
| Video Beam | 1,200000 |

Estrategia de flexibilización del producto.

El Servicio de consultoría Stomp Coaching se puede moldear según las necesidades de cada organización, un claro ejemplo ocurrió durante el evento masivo que realizo Ramo Colombia en Octubre del 2013 en el cual Stomp coaching Diseño una estrategia grupal para más de 20 ejecutivos incluyendo el presidente de dicha compañía, para en 4 días montar una puesta en escena de stomp para 5 shows masivos a nivel nacional en Bogotá, Cali, Cartagena y Medellín.

Dicho montaje hizo parte de un evento sin precedentes que Ramo denomino “Ramo tiene Talento” donde se realizó una convocatoria para premiar las mejores propuestas artísticas de los miembros de esta tradicional compañía en el país. El evento fue un éxito rotundo y conto con la asistencia de más de 4000 personas y la participación de Artistas reconocidos como Carlos Muñoz, Carolina Sabino, y la presentadora Laura Tobón. La flexibilización de la propuesta de valor stomp coaching permitió la adaptación a las necesidades puntuales de esta empresa.

Descripción del funcionamiento del producto durante el evento “Ramo Tiene Talento”

El producto stomp coaching se amoldo a las necesidades de ramo de la siguiente manera:

Diseño de un programa de coaching musical grupal de 4 sesiones de dos horas con el fin de montar una puesta en escena de stomp para presentarse en 5 conciertos, 2 en Bogotá, 1 en Cali, 1 en Cartagena y la gran final en Medellín.

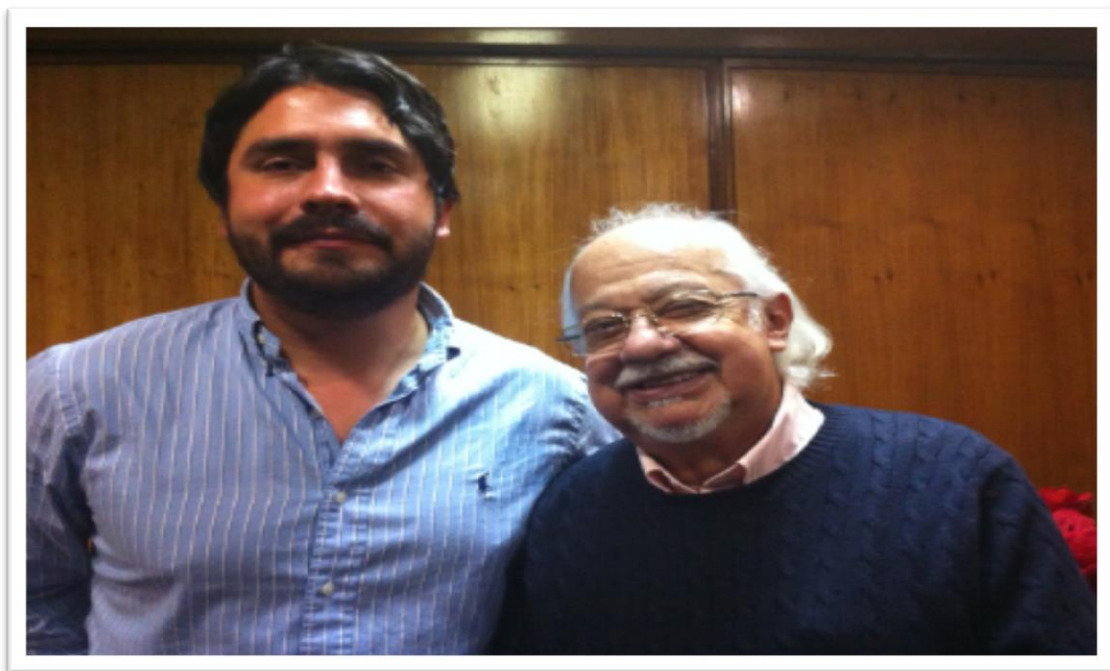
Primera Presentación en el teatro Jorge Eliecer Gaitán de Bogotá.



Esta fue la primera presentación frente a más de 2000 personas, sin duda el mayor reto debido al poco tiempo de preparación y el miedo escénico.



Junto con Carlos Muñoz uno de los jurados y aliados estratégicos de stomp coaching



Segunda presentación en Cartagena.



Este fue el primer concierto de la gira nacional que dio paso al inicio de la maduración de la puesta en escena.



Tercera Presentación en Cali.

Esta fue la segunda presentación de la gira con un formato más pequeño e íntimo donde se utilizaron nuevos materiales y se fortaleció mucho más el montaje musical.



Presentación final en Medellín.



Este fue el concierto final donde el montaje se caracterizó por su emotividad y solidez en la puesta en escena.



Conclusiones de la gira nacional de stomp Coaching ramo y proyección para el 2014

El proceso culminó de manera excepcional después de superar un sinnúmero de obstáculos como poco tiempo de preparación o miedo escénico, este equipo de trabajo liderado por su presidente Oscar Gutiérrez fue capaz de seguir instrucciones y explotar un potencial artístico escondido para la gran mayoría, quienes pasaron de un total desconocimiento y duda de sus capacidades individuales y grupales, a la interpretación sin complejos de un montaje de stomp de más de 5 minutos con coreografías en frente de más de 3000 personas en 4 ciudades distintas. Stomp coaching fue un factor de transformación y autodescubrimiento para los 20 miembros de este equipo de trabajo que sin duda se vio fortalecido al término de este proceso.

Estrategia de comunicación.

Inicialmente se planea realizar publicidad en revistas especializadas, en emisoras comerciales y en redes sociales, con el fin de darle a conocer sus cualidades. También por medio de ruedas de negocio se difundirán los beneficios, el objetivo es a dar a conocer el producto en todas sus facetas y las ventajas de adquirir este servicio.

Estrategia de comunicación en redes sociales. Facebook fan page.



Estas imágenes corresponden al contenido del Facebook Fanpage que funciona como estrategia de difusión del servicio Stomp coaching.


Estrategia de comunicación, contenidos en la pagina de Facebook fanpage

facebook Busca personas, lugares y cosas Juan Camilo

Estás publicando, comentando e indicando que algo te gusta como Stomp Coaching — Cambiar a Juan Camilo Buitrago


Stomp Coaching
Hace 37 minutos

Stomp Coaching rompiendola en cali !!!



Stomp Coaching
Hace 18 minutos

Stomp Coaching en el fondo nacional de garantias



facebook Busca personas, lugares y cosas Juan Camilo Buitrago Inicio

Estás publicando, comentando e indicando que algo te gusta como Stomp Coaching — Cambiar a Juan Camilo Buitrago

Stomp Coaching Fotos + Agregar fotos Agregar video Promocionar página

Fotos de Stomp Coaching Fotos Álbumes

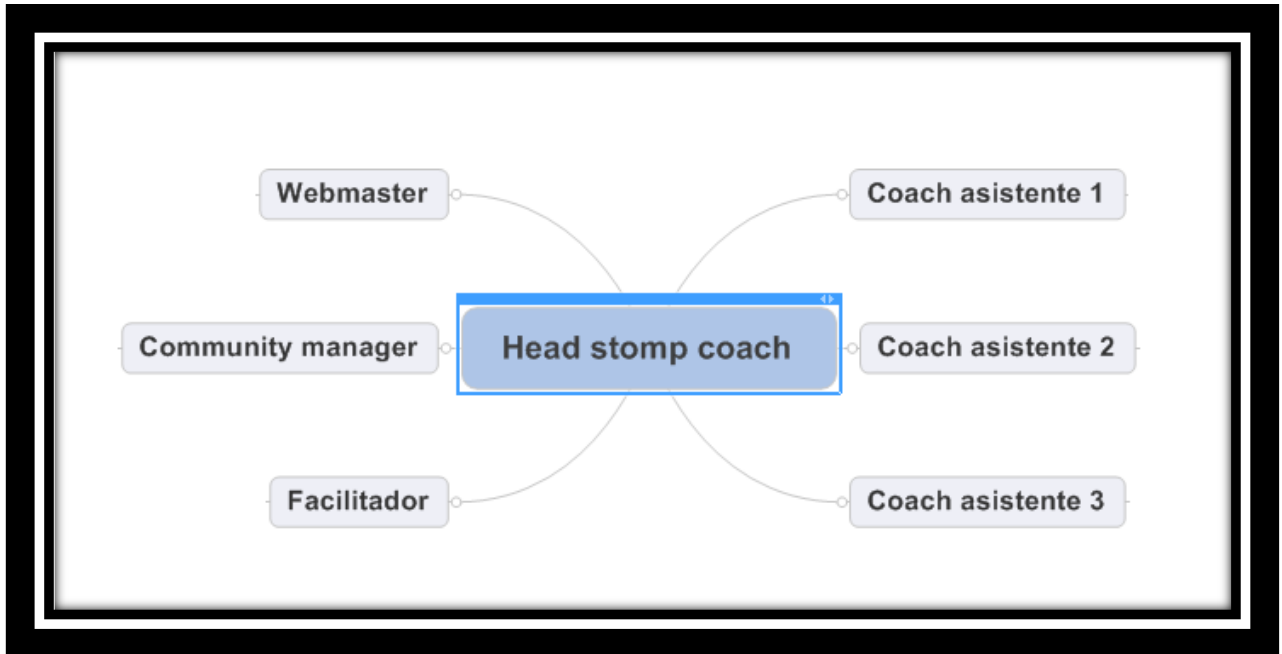
Ve tu anuncio aquí

Stomp Coaching



Me gusta Anunciar tu página

Estructura de la organización.



Análisis Dofa.

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Debilidades Poca experiencia en el mercado Propuesta en desarrollo | Fortalezas Propuesta innovadora con un diferencial claro Servicio de consultoría de alto impacto |
| Oportunidades Crecimiento estable y buenas perspectivas del mercado del coaching a nivel nacional e internacional. | Amenazas Las barreras de entrada no son muy robustas Poca difusión de este tipo de propuestas a nivel nacional. |

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

Descripción del proceso productivo o de prestación del servicio.



Marco legal de la organización.

El modelo societario de la empresa Stomp

Coaching será Sociedad por acciones simplificadas

(SAS) por las siguientes razones:

En un comienzo permite la unipersonalidad de la empresa pero no cierra las puertas a posibles inversionistas. Da la libertad de crear la estructura de la administración.

- Su objeto social puede ser indeterminado siempre y cuando realice

Cualquier actividad lícita, es decir, es opcional.

Finanzas

Flujo de Caja

| | Año1 | Año2 | Año3 | Año4 | Año5 |
|----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Ingresos | | | | | |
| Ventas de Contado | \$ 14,000,000.00 | \$ 15,400,000.00 | \$ 18,480,000.00 | \$ 22,176,000.00 | \$ 27,720,000.00 |
| Recaudos de Cartera | | \$ 1,400,000.00 | \$ 1,540,000.00 | \$ 1,848,000.00 | \$ 2,217,600.00 |
| TOTAL INGRESOS | \$ 14,000,000.00 | \$ 16,800,000.00 | \$ 20,020,000.00 | \$ 24,024,000.00 | \$ 29,937,600.00 |
| Egresos | | | | | |
| Personal | \$ 4,000,000.00 | \$ 4,160,000.00 | \$ 4,576,000.00 | \$ 5,033,600.00 | \$ 5,536,960.00 |
| Pagos a Proveedores | | | | | |
| Servicios publicos | \$ 1,680,000.00 | \$ 1,747,200.00 | \$ 1,817,088.00 | \$ 1,889,771.52 | \$ 1,965,362.38 |
| Prestamos | | | | | |
| Gastos comerciales | \$ 1,000,000.00 | \$ 1,040,000.00 | \$ 1,144,000.00 | \$ 1,258,400.00 | \$ 1,384,240.00 |
| Impuestos | | \$ 1,364,000.00 | \$ 770,560.00 | \$ 2,544,982.40 | \$ 3,141,981.70 |
| Otros | \$ 500,000.00 | \$ 6,000,000.00 | \$ 700,000.00 | \$ 800,000.00 | \$ 950,000.00 |
| TOTAL EGRESOS | \$ 7,180,000.00 | \$ 14,311,200.00 | \$ 9,007,648.00 | \$ 11,526,753.92 | \$ 12,978,544.08 |
| Flujo de Caja | \$ 6,820,000.00 | \$ 2,488,800.00 | \$ 11,012,352.00 | \$ 12,497,246.08 | \$ 16,959,055.92 |

Justificación flujo de caja.

Esta proyección anual se hace partir del inicio de actividades de stomp coaching en el 2013.

Durante el segundo semestre del año 2013 se realizaron 5 talleres y 6 presentaciones con dos organizaciones que arrojaron un total de ventas estimado de 3,000 000. Para el 2014 se hacen proyecciones de 14,000 000 de pesos en ventas es decir cuatro veces el número del año anterior gracias al éxito y rápido crecimiento alcanzado. Se espera una tasa de crecimiento del 10% para el 2014, un 20% para el 2015 para luego mantenerse en el 2016 y posicionarse con un crecimiento del 20,5 % para el 2018. Del análisis de este grupo de indicadores se puede apreciar una tendencia estable, toda vez que los indicadores de días de recuperación de la cartera y de mantenimiento de inventarios no se han afectado en forma considerable, manteniéndose los mismos niveles de los años anteriores, producto de una efectiva labor en la administración de la cartera y la adecuada rotación de inventarios.

Por otra parte, durante la operación se logró con los proveedores, regresar al indicador de días promedio de pago similar a los de años anteriores, Con ello se incrementó el fortalecimiento de las relaciones comerciales y la negociación de precios especiales en la compra.

Balance

El siguiente balance se realiza conforme a los gastos de operación estimados ya que muchos de los recursos fueron registrados de manera informal, con respecto a estimaciones regulares de los costos.

Balance general de los activos:

| BALANCE GENERAL COMPARATIVO | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------|-------------------|
| | | A 31 DE DICIEMBRE DE: | |
| ACTIVOS | | 2013 | 2014 |
| CORRIENTES | | | |
| Disponible | | 400,000 | 300,107 |
| Inversiones | | 351,969 | 821,498 |
| Deudores | | 4,870,879 | 5,477,691 |
| Inventarios | | 9,382,483 | 10,200,704 |
| Diferidos | | | |
| Total Activo Corriente | | 15,005,331 | 16,800,000 |
| NO CORRIENTES | | | |
| Deudores de Largo Plazo | | | |
| Propiedad Planta y Equipo | | | |
| Costo | | | |
| Menos Depreciación Acumulada | | | |
| Valorizaciones | | | |
| Total Propiedad Planta y Equipo | | | |
| INVERSIONES DE LARGO PLAZO | | | |
| Costo | | | |
| Valorizaciones | | | |
| Total Inversiones Largo Plazo | | | |
| DIFERIDOS | | | |
| Cargos Diferidos Largo plazo | | | |
| Total Activo No Corriente | | | |
| TOTAL ACTIVOS | | 15,005,331 | 16,800,000 |
| CUENTAS DE ORDEN | | | |
| Cuentas de Orden Deudoras | | | |
| Cuentas de Orden Acreedoras por | | | |
| Contra | | | |
| Las notas adjuntas forman un todo indivisible con los estados (Ley 222 de 1995) | | | |

Debido a las inversiones de empresas con los materiales reciclables existen fluctuaciones en los activos patrimonios y activos del balance. En el año 2015 se realiza una proyección según valores subjetivos estimados.

Balance general de los pasivos.

| BALANCE GENERAL COMPARATIVO | | | |
|-------------------------------------|--|------------------------------|-------------------|
| | | A 31 DE DICIEMBRE DE: | |
| PASIVOS | | 2013 | 2014 |
| CORRIENTES | | | |
| Obligaciones Financieras | | | |
| Proveedores | | 400,000 | 400,000 |
| Cuentas por Pagar | | 1,680,000 | 1,747,000 |
| Pasivos Estimados y Provisiones | | 1,000,000 | 1,040,000 |
| Obligaciones Laborales | | 4,000,000 | 4,160,000 |
| Impuestos Gravámenes y Tasas | | | 1,364,000 |
| Otros Pasivos | | 500,000 | 6,000,000 |
| Bonos y Papeles Comerciales | | | |
| Total Pasivo Corriente | | 7,580,000 | 14,711,000 |
| NO CORRIENTES | | | |
| Obligaciones Financieras | | | |
| Proveedores | | | |
| Obligaciones Laborales | | | |
| Pensiones de Jubilación | | | |
| Corrección Monetaria Diferida | | | |
| Bonos y Papeles Comerciales | | | |
| Total Pasivo No Corriente | | | |
| TOTAL PASIVOS | | 7,580,000 | 14,711,000 |
| PATRIMONIO | | | |
| Capital Suscrito y Pagado 19.620 | | | |
| Acciones | | | |
| Superavit de Capital | | | |
| Reservas | | | |
| Revalorización del Patrimonio | | | |
| Resultados del Ejercicio | | | |
| Resultados de Ejercicios Anteriores | | | |
| Superavit por valorizaciones | | | |
| TOTAL PATRIMONIO | | | |
| TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO | | 7,580,000 | 14,711,000 |

ESTADO DE RESULTADOS

POR LOS AÑOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE:

| | 2013 | 2014 |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|
| INGRESOS OPERACIONALES | | |
| COSTO DE VENTAS | 14,000,000 | 17,000,000 |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 14,000,000 | 17,000,000 |
| GASTOS OPERACIONALES | | |
| Ventas | (5,251,208) | (4,014,351) |
| Administración | | |
| UTILIDAD DE LA OPERACIÓN | 8,748,792 | 12,985,649 |
| INGRESOS Y GASTOS NO OPERACIONALES | | |
| Gastos Financieros | | |
| Otros Ingresos y (Egresos) | | |
| UTILIDAD ANTES DE LA CORRECCION MONETARIA | 8,748,792 | 12,985,649 |
| Ingresos por Inflación | | |
| Egresos por Inflación | | |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | 8,748,792 | 12,985,649 |
| Impuesto sobre la renta | | |
| UTILIDAD NETA | 8,748,792 | 12,985,649 |
| Las notas adjuntas forman un todo indivisible con los estados (Ley 222 de 1995) | | |
| Ver Dictamen adjunto | | |
| | | |
| | | |
| Ver Anexo "D" Estado de Costos de Produccion y Venta Con Análisis de Variaciones | | |

Conclusiones

El constante cambio organizacional junto con la incertidumbre económica en la actualidad a nivel mundial, generan un panorama ideal para soluciones organizacionales innovadoras que rompan paradigmas y generen impacto a largo plazo. La dinámica cambiante en los mercados nacionales e internacionales está dando pie a una nueva manera de pensar y de percibir el mundo, en transformar los problemas en oportunidades y las debilidades en fortalezas. Este proyecto es precisamente un resultado de eso, es un resultado de la adopción de un manera de pensar divergente donde las oportunidades están por todos lados, solo es cuestión de aprender a conocerse a uno mismo y posicionar aquellas fortalezas que se tienen en medio de las necesidades latentes del mercado. Así nació stomp coaching, nació al unir dos industrias que parecían distantes a simple vista pero gracias a enfoques como la estrategia del océano azul fue posible crear mercados nuevos haciendo irrelevantes a la competencia. El camino se empezó a escribir a mediados del año 2013 al finalizar las asignaturas de la especialización en gerencia de empresas productos y servicios de la música de la universidad ean y se fue transformando hasta convertirse en un producto real, tal y como lo demuestra este documento.

BIBLIOGRAFIA

Caby, Francois. *El coaching*. Editorial De Vecchi. Barcelona. 2004.

Dilts, Robert. *Coaching, Herramientas para el Cambio*. Ediciones Urano. Barcelona. 2004.

Hoffmann, Wolfgang. *Manual del Coach Profesional*. Grupo Editorial Norma. Bogotá. 2007.

http://es.wikipedia.org/wiki/coaching_empresarial

Regards y otros, 2011. *Annual Report International Coach Federation*

[Disponible en línea en]

<http://viewer.zmags.com/publication/94addbf9#/94addbf9/1>

Gallwey, W. Timothy (1974). *The Inner Game of Tennis (1st ed.)*. New York: Random House.

Caby, Francois. *El coaching*. Editorial De Vecchi. Barcelona. 2004.

Hoffmann, Wolfgang. *Manual del Coach Profesional*. Grupo Editorial Norma. Bogotá. 2007.

Colaboradores de Wikipedia. *Potencial eléctrico (en línea)*. Wikipedia, la

enciclopedia libre. Disponible en Internet:

http://es.wikipedia.org/wiki/coaching_empresarial

Regards y otros, 2011. *Annual Report International Coach Federation*

[Disponible en línea en]

<http://viewer.zmags.com/publication/94adbf9#/94adbf9/1>

Herzberg, F.I. 1987, '*One more time: How do you motivate employees?*',

LICENCIA DE USO - AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Juan Camilo Buitrago Suarez

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 79724244

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Plan de negocios empresa Stamp Coaching

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar. SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normalidad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizo (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

| | |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------|
| NOMBRE COMPLETO: <u>Juan Camilo Buitrago</u> | NOMBRE COMPLETO: _____ |
| FIRMA: <u>Juan Camilo Buitrago</u> | FIRMA: _____ |
| DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>798724244</u> | DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____ |
| FACULTAD: <u>Posgrados</u> | FACULTAD: _____ |
| PROGRAMA ACADÉMICO: <u>GenEvaluación de la muestra</u> | PROGRAMA ACADÉMICO: _____ |

| | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| NOMBRE COMPLETO: _____ | NOMBRE COMPLETO: _____ |
| FIRMA: _____ | FIRMA: _____ |
| DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____ | DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____ |
| FACULTAD: _____ | FACULTAD: _____ |
| PROGRAMA ACADÉMICO: _____ | PROGRAMA ACADÉMICO: _____ |

Fecha de firma: 24 / 01 / 2014

