

Anexos

Anexo 1 Entrevista tipo semi estructuradas a 6 informantes claves Fundación Leyenda Vallenata

1. ¿Como le parece el actual modelo de sostenibilidad de los festivales vallenatos?

- Deficiencia en la administración de los aportes públicos.
- Demostrar la buena administración de los fondos públicos.
- Demostrar retorno de la inversión en la sociedad.
- Desarrollar nuevas fuentes de financiación.
- Proporcionar benchmarking para el crecimiento futuro de los eventos y negocios.
- Ayuda a preparar el camino para la expansión del evento.
- Obtener socios locales y las empresas que inviertan más al demostrarles los beneficios.
- Obtener estudios de mercado (demográficos, marketing de eventos, y el desarrollo de productos) información de los asistentes al evento.

2. ¿Cuáles cree son los problemas de financiación que enfrentan los festivales vallenatos?

- No tienen adecuada estructura de financiación
- No existe un modelo de auto sostenimiento
- Los patrocinadores colocan las condiciones en las negociaciones
- Se genera mucha desconfianza por parte de los Patrocinadores
- No se han concebido otras fuentes de financiación diferentes a las paternalistas
- Cada vez es más difícil conseguir recursos para pagar los premios, eventos y otros gastos de los festivales

- Las fundaciones se conforman con mínimas cantidades de dinero que no generan valor agregado
- Un nuevo modelo de financiación, que aclare la fuente de los recursos y permita un manejo claro de los gastos e inversiones
- Demuestran ineficacia en la administración de los aportes públicos

3. ¿Como le parece el modelo de Modelo de Administración actual?

- Deteriorada Administración de los festivales
- Las justas están escogidas a dedo
- La corrupción es alta en las juntas Administrativas
- Debilidades en la estructura en de administración no permiten tener una adecuada organización y seguir un método o plan lógico y coherente
- Se hace necesario adoptar una nueva estructura organizacional que de altura e importancia a la música Vallenata
- No se han explorado nuevos canales de difusión y venta de los contenidos

4. ¿Como describe el actual Modelo de Concurso?

- Desde antes de Comenzar se sabe quién va a ganar
- Modelo precario, cuestionado y obsoleto.
- La premiación no da para vivir a los músicos
- La premiación es pagada con atrasos hasta de un año

- Cualquiera puede comprar un concurso
- No se consideran como fuente de empleo sostenible para los Artistas y Juglares
- Un modelo de concursos que cambie la forma actual de participación de los artistas volviéndolo atractivo para ellos tanto económico como profesionalmente.

5. ¿Cómo se mide el impacto del festival en otros sectores?

- Es mínima la información disponible de cuáles fueron las preferencias de los turistas por el tipo de comida, bebida, dormida etc.
- Es poca la información que se tiene acerca de que gastaron los turistas durante el festival que visitaron
- No existe un dato preciso del empleo que se genera durante la semana de festival.
- No se tienen Cifras claras del valor agregado que tienen los festivales en la economía de la región
- No existe línea base de indicadores para realizar estudios de mercado (demográficos, marketing de eventos, y el desarrollo de productos) información de los asistentes al evento.
- No se articula proyectos con otros sectores como los de bebidas, comidas, transporte, hoteles, suvenir o artesanías, ropa y belleza, producción y promoción artística, musical, videos y artes gráficas.

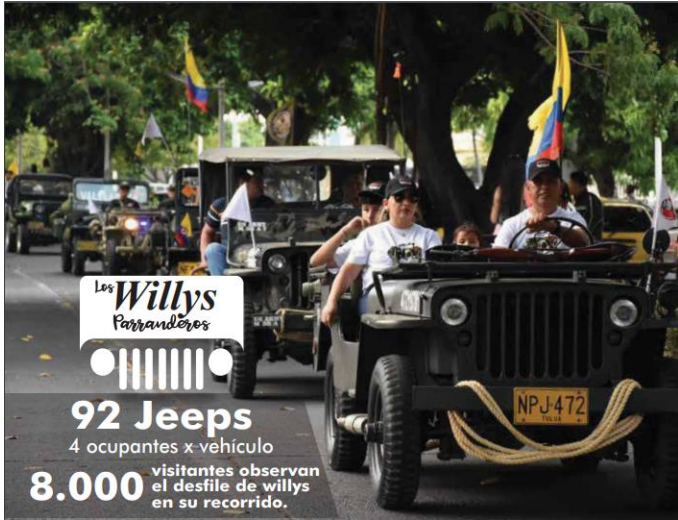
6. ¿Como es el uso o manejo de Tecnologías de la información en la fundación?

- Las actuales tecnologías de comunicación son obsoletas

- No se usan sistemas de información para hacer minería de datos
- No se cuenta con medios de comunicación alternos para la transmisión de eventos en vivo
- Transformar los datos en conocimientos
- No se le saca provecho a la información generada
- No existe política de evaluación de las acciones realizadas

Anexo 2 Nuevo portafolio de ofertas de espacios publicitarios para atraer patrocinadores que presenta la Fundación FLV para el año 2020, en su web <https://festivalvallenato.com/> (<https://drive.google.com/file/d/1ZC0MnTQkp3qgRDCxJY-fPExJ7GIjAFxR/view>)









TÉRMINOS DE REFERENCIA DEL PATROCINIO

La Fundación Festival de la Leyenda Vallenata es una organización de derecho privado, sin ánimo de lucro, que tiene como objeto vital la operación o gestión cultural de la manifestación inmaterial denominada Festival de la Leyenda Vallenata, declarada Patrimonio Cultural de la Nación por la Ley 732 de 2002.

REFERENCIAS

- I. Informe "Boletín Turístico 2019", Cámara de Comercio de Valledupar
- II. *Ibid.*, Cámara de Comercio de Valledupar, 2019.
- III. Registro histórico de Ventas de Boletería a los eventos culturales y de entretenimiento organizados por la Fundación Festival de la Leyenda Vallenata en el marco del Festival de la Leyenda Vallenata (2010-2019).

Contactos Autorizados

• **Rodolfo Molina Araújo**
 Presidente Ejecutivo.
 Celular: 3157493519
 Correo electrónico:
presidencia@festivalvallenato.com

• **Eduardo Montero Sierra**
 Asesor de Presidencia.
 Celular: 3145474347
 Correo electrónico:
eduardomontero@festivalvallenato.com

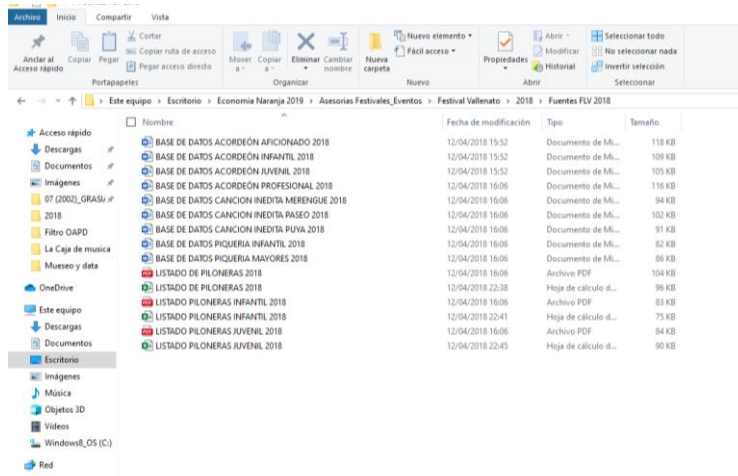




*Fundación Festival de
la Leyenda Vallenata*
Patrimonio Cultural de la Nación

FUNDACIÓN FESTIVAL DE LA LEYENDA VALLENATA
Carrera 19 No. 6N - 39
www.festivalvallenato.com - IG / TW: @fesvallenato
Valledupar - Cesar - Colombia

Anexo 3. Pantallazo Bases de datos propias suministradas por la Fundación de la Leyenda Vallenata. Periodo 2017-2019



PROGRAMACIÓN OFICIAL 5º FESTIVAL DE LA LEYENDA VALLENATA/Homenaje a Carlos Vives

Fecha	Nombre	Tipo	Lugar	Espectado	Inicio	Fin
Domingo 22 de abril	Desfile de Piloneras Categoría Infantil y Juvenil	Concurso	Avenida 19 – Barrio Los Cortijos	10000	G 4:00.00 p. m.	5:0
Viernes 27 de abril	Desfile de Piloneras Categoría Mayores	Concurso	Avenida 19 – Barrio Los Cortijos	2000	G 4:00.00 p. m.	5:0
Domingo 29 de abril	Misa y procesión en honor a Nuestra Señora del Rosario y Consagración de los Indios a la Virgen	Religioso	Catedral de Nuestra Señora del Rosario	400	G 5:00.00 a. m.	10
Domingo 22 de abril	Concurso de Pilonas Infantiles VIVES PINTANDO	Concurso	Centro Comercial Itapalpa Plaza	500	G 5:00.00 a. m.	12
Miércoles 25 de abril	1ª Ronda del Concurso de Acordeones Categoría Juvenil - Aires: Merengue y Paso	Concurso	Centro Recreacional La Pedregosa	2000	P 5:00.00 a. m.	4.0
Jueves 26 de abril	1ª Ronda del Concurso de Acordeones Categoría Juvenil - Aires: Puya y Son	Concurso	Centro Recreacional La Pedregosa	2000	P 5:00.00 a. m.	4.0
Jueves 26 de abril	2ª Ronda del Concurso de Acordeones Categoría Juvenil - Aires: Merengue, Paso, Puya y Son	Concurso	Centro Recreacional La Pedregosa	2000	P 5:00.00 a. m.	4.0
Sábado 28 de abril	Semifinal del Concurso de Acordeones Categoría Juvenil - Aires: Merengue, Paso, Puya y Son	Concurso	Centro Recreacional La Pedregosa	2000	P 5:00.00 a. m.	4.0
Jueves 26 de abril	1ª Ronda del Concurso de Acordeones Categoría Aficionado - Aires: Merengue y Paso	Concurso	Coliseo de Ferias Pedro Castro Monsalvo	2000	P 5:00.00 a. m.	4.0
Viernes 27 de abril	1ª Ronda del Concurso de Acordeones Categoría Aficionado - Aires: Puya y Son	Concurso	Coliseo de Ferias Pedro Castro Monsalvo	2000	P 5:00.00 a. m.	4.0
Viernes 27 de abril	1ª Ronda del Concurso de la Canción Vallenata Inédita	Concurso	Coliseo de Ferias Pedro Castro Monsalvo	2000	P 5:00.00 a. m.	4.0
Sábado 28 de abril	2ª Ronda del Concurso de Acordeones Categoría Aficionado - Aires: Merengue, Paso, Puya y Son	Concurso			5:00.00 a. m.	4.0
Sábado 28 de abril	2ª Eliminadora del Concurso de Píqueria	Concurso			5:00.00 a. m.	3.0
Sábado 28 de abril	Espectáculo musical Agrupación Angélica y las Reinas del vallenato	Presentación	Coliseo de Ferias Pedro Castro Monsalvo	2000	P 1:00.00 p. m.	2.0
Sábado 28 de abril	Presentación Cumbambá la Polera Colorá	Presentación			2:00.00 p. m.	3.0
Sábado 28 de abril	2ª Ronda del Concurso de la Canción Vallenata Inédita	Concurso			5:00.00 a. m.	4.0
Domingo 29 de abril	Semifinal del Concurso de Acordeones Categoría Aficionado - Aires: Merengue, Paso, Puya y Son	Concurso			5:00.00 a. m.	3.0

Año 2019

Análisis de ingresos, asistencia y contenido cultural Festival de la Leyenda Vallenata 2019

Ing. Fabian Dangond Rosado
Especialista en Desarrollo Social
Candidato a Magister en Innovación y Emprendimiento.



Aforo ofertado por tipo de ingreso

Tipo	Entradas		
Gratis	117.800	74.450	43.350
Boleta de ingreso	16.060	16.060	0
Pagas	133.430	88.240	45.190
	267.290	178.750	88.540

Para los distintos eventos organizados en el marco del 52 Festival de la Leyenda Vallenata, se ofertaron **267.290** entradas entre gratuitas, boleta de ingreso (*sin costo*) y pagas. De la tabla 1, podemos calcular que el **50.8%** de las entradas generadas son gratuitas y el **49.2%** restante pagas. Respecto de las **133.430** entradas con valor de ingreso, la Fundación FLV ofertó el **66,13%** y los Privados el **33,87%**.

Se puede determinar que de las **178.750** entradas ofertadas por la Fundación FLV, el **50,63%** no tuvo costo para los asistentes y el **49,37%** de boletería tenía costo de ingreso. Mientras, que los Privados, liderados por la Fiesta Celestial registraron un aforo gratuito del **48,96%** y del **51,04%** pago, para el disfrute de los asistentes a los eventos.

Tabla 2. Fuentes. Tú boleta, tuozonaticket, tuqashop. Elaboró: Fabian Dangond Rosado, CREKO 2019.

B 1



Aforo ofertado por rango de precio

En esta versión 52 del Festival de la Leyenda Vallenata, se ofertaron un total de 133.430 boletas con costo de ingreso. Como muestra la tabla 4, la oferta de boletas se concentró principalmente en las entradas con valor entre \$5.000 y \$250.000 pesos. Las cuales al sumar los eventos de la Fundación FLV y Privados, representan el 90,77% de la boletería ofrecida.

El segmento entre 50 y 150 mil pesos con 44.530 entradas habilitadas, fue el más ofertado por los Privados y la Fundación FLV en la comercialización de la boletería disponible.

Los segmentos con boletería de 250 mil pesos en adelante representan 12.310 entradas y equivalen al 9,23% del total. Podemos analizar, que la Fundación FLV ofertó el 5,64% de su boletería, mientras que para los Privados representó el 16,36%.

Entradas ofertadas por privados y la FFLV

Precio (Miles de pesos (1.000))	FFLV	Privados
5 a 50	38.400	4.280
50 a 150	16.060	28.470
150 a 250	28.800	5.110
250 a 450	520	6.320
450 a 850	3.860	1.010
> 850	600	
Total	88.240	45.190

Tabla 3, Fuentes, Tó boleta, tazozaticket, tiquenhop; Elaboreó: Fabian Dagnand Rosado, CREKO 2019.

B 2



Asistencia proyectada a los eventos por día



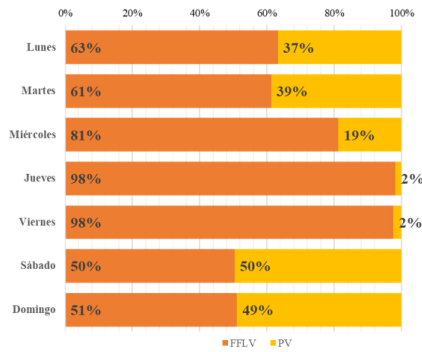
Gráfico 7, Fuentes, Tó boleta, tazozaticket, tiquenhop; Elaboreó: Fabian Dagnand Rosado, CREKO 2019.

El gráfico 7 muestra que entre el 25 y 30 de abril, la mayor concentración de público a los eventos, se registró los días viernes, sábado y domingo con cerca de 181.000 aforos. Los días lunes 29 y martes 30 se ubicaron en una segunda posición, concentrando 63.460 asistentes entorno a los eventos ofertados. Finalmente, entre miércoles y jueves se movilizaron 22.370 personas. Sin embargo, la asistencia promedio a los eventos organizados por la Fundación FLV fue del 65,4% de lo esperado. Esto sirvió de argumento para tomar decisiones como por ejemplo, la cancelación del evento del día martes 30, que sumado a la disminución de la oferta en 22.646 entradas por los Privados, precipitó la caída al 25,66% del aforo ofertado. Esto equivale a 66.080 entradas menos respecto del 2018.

B 3



Porcentaje de asistentes esperados por día



Como muestra el gráfico 8, la Fundación FLV ofertó la mayoría del aforo disponible los días miércoles con el **81%**, jueves y viernes con **98%**.

La participación de la asistencia a los diferentes eventos se distribuyó, los días lunes y martes, ubicándose en el **62%** para la Fundación FLV y el **38%** para los Privados.

Finalmente, los días sábado y domingo la oferta resultó en un **50/50** del público asistente a los eventos de ambos organizadores.

Gráfico 8. Fuentes, Tu boleto, tuzonaticket, tiqueshop. Elaboró: Fabian Dangond, CREKO 2019.

B 4



Flujo de público esperado por hora del día

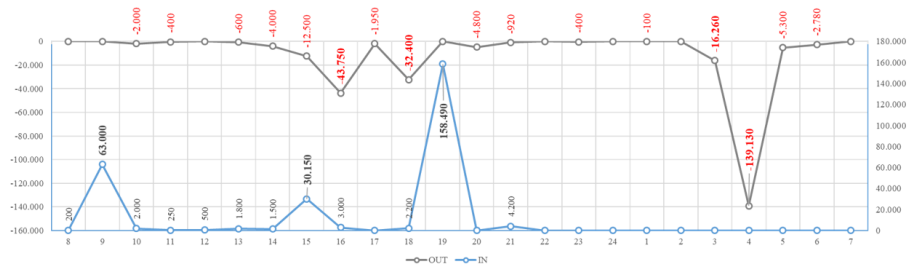


Gráfico 9. Fuentes, Tu boleto, tuzonaticket, tiqueshop. Elaboró: Fabian Dangond, CREKO 2019.

El gráfico 9, muestra que las horas de mayor flujo de personas para el ingreso a los eventos durante el Festival son a las 9:00 de la mañana, las 3:00 de la tarde y 7:00 de la noche. En el mismo, se aprecia que las horas del día con mayor flujo de salida de personas se presenta a las 3, 4 y 6 de la tarde y en la noche entre las 3 y 4 am.

B 5



Eventos realizados por hora del día

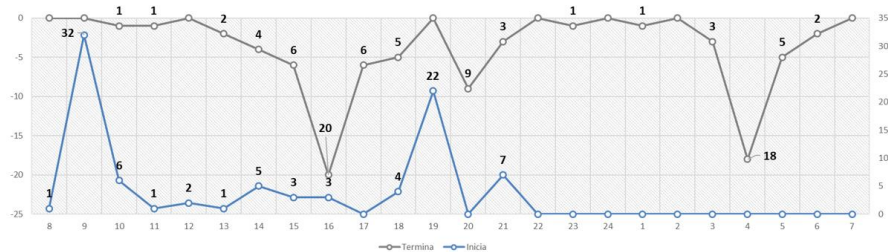


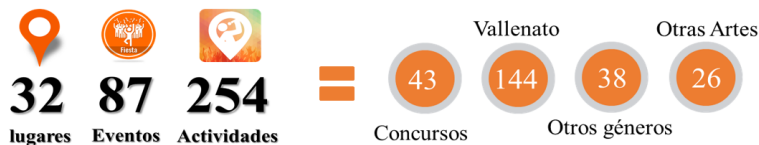
Gráfico 10, Fuente: Tó bolata, tuzonaitikat, tiqwasnop. Elaboreó: Fabian Dangood, CREKO 2019.

El gráfico 10, muestra que las horas a la que inician los eventos durante el Festival son a las 9:00 y 10:00 de la mañana y a las 7:00 y 9:00 de la noche. En el mismo, se aprecia que las horas del día cuando concluyen los eventos son las 4 de la tarde y en la noche entre las 4 y 5 am.

B 6



Oferta creativa y cultural



Durante la versión 52 del Festival de la Leyenda Vallenata se habilitaron 31 lugares en Valledupar mas uno en el corregimiento de Patillal, en la que los asistentes disfrutaron de 87 eventos como acreditaciones, ceremonias, conciertos, concursos, conversatorios, desfiles, exposiciones, ferias, foros, gastronomía, actos religiosos y presentaciones teatrales.

Respecto a las 254 actividades, la participación en los concursos tradicionales, sumado a las acordeoneras en las categorías Mayor y Menor, representaron el 16.8%. Los conciertos de Música Vallenata (*tradicional, compositores, nueva ola, vallenato femenino y piquería*) alcanzaron el 57,7%. Otros géneros musicales como reggaetón, popular, Pop, champeta, salsa y góspel se sumaron a la fiesta con un 17.1%. Finalmente, otras actividades como teatro, conversatorios, cabalgatas, caminatas y ciclopaseos con un 8,7% completaron la oferta cultural del 52 Festival de la Leyenda Vallenata.

B 7



Participantes por habilidades y géneros



6.582
Participantes

Habilidad	Hombre	Mujer
Acordeonero	213	21
Cajero	232	2
Cantante	14	9
Guacharaquero	210	23
Piquería	79	1
Compositor	224	14
Danza del Pílon	2.770	2.770

Tabla 4. Fuentes: FFLV. Elaboró: Fabian Dangond Rosado, CREKO 2019.

La habilidades creativas de los concursantes fue expuesta magistralmente durante la versión 52 del Festival de la Leyenda Vallenata. De la tabla 4, calculamos que la participación fue del **56,85%** por los hombres y del **43,15%** para las mujeres, en los distintos concursos organizados por la Fundación FLV.

B 8



Participantes por agrupaciones y staff



97 Comerciales
138 Tambobandas



2.280 Músicos

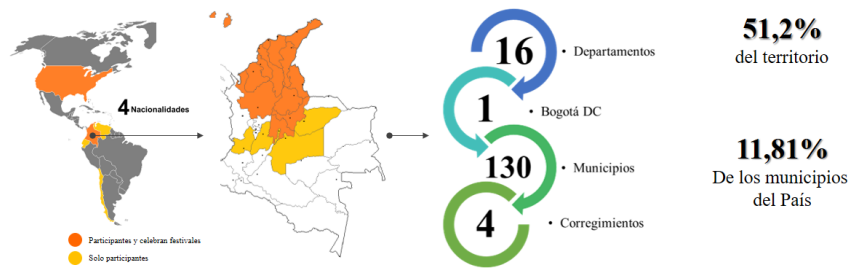


1.052 Staff

B 9



Localización geográfica (*mapeo*) de los concursantes



Para este año, se registro participación de concursantes provenientes de EEUU, Venezuela, Chile y Colombia. En dos de estos países (EEUU, Colombia) se celebran festivales de música Vallenata. Respecto de Colombia, se registro participación del 53,13% de los departamento y 130 municipios del país .

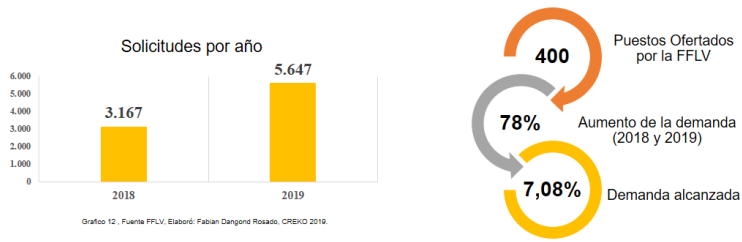
B 10



Equipo de logística



Número de inscritos por año

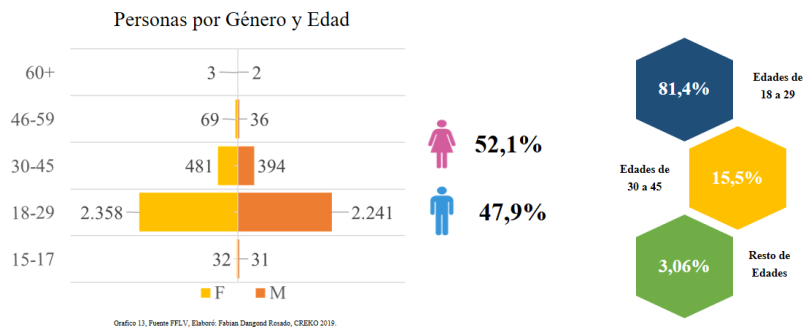


El gráfico 12, muestra que las solicitudes para formar parte del equipo de logística se incrementó. El aumento del 78% en las inscripciones, evidencia que la oferta laboral generada por el Festival de la Leyenda Vallenata, se convierte en una fuente de empleo en la ciudad durante el mes de abril. Sin embargo, el número de puestos de trabajo para el año 2019 solo pudo dar alcance al 7,08% de las personas inscritas para ser parte de los 400 miembros del equipo de trabajo.

B 11



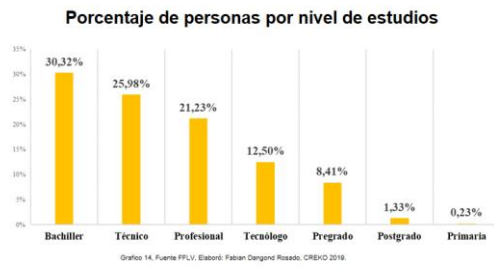
Inscritos por género y rango de edad



B 12



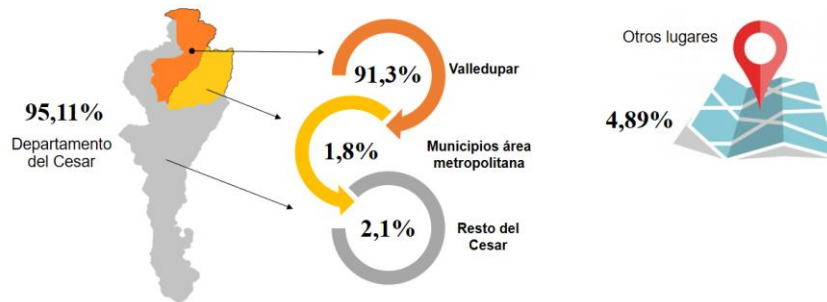
Personas inscritas según el nivel de estudio



B 13



Número de personas inscritas según lugar de nacimiento



B 14



Trabajo realizado por:

Fabián Dangond Rosado

Especialista en Desarrollo Social
Candidato a Magister en Innovación y Emprendimiento
Consultor en **ICC** y **emprendimiento**
Fundador de CREKO consultores

www.creko.co
www.sitena.gov.co
Mail: crekoin@gmail.com
ingdangond@gmail.com
Teléfono: 3017879403
TW: [@ingdangond](https://twitter.com/ingdangond)
Inst: [@sitenaranja](https://www.instagram.com/sitenaranja)
[@creko_in](https://www.facebook.com/creko_in)
Valledupar, Cesar, 2019.



Anexo 5. Informe Resultados generales Conciertos on-line, organizado por La Caja de Música

Live



The cover features a person in a blue suit holding a tablet. The title is 'Resultados generales de los conciertos on-line de música vallenata' and the subtitle is 'Análisis de gestión basado en Datos'. The author is 'Elaboro: Fabian Dangond Rosado, CEO, CREKO consultores, Valledupar, junio de 2020'. Social media handles and the website are listed at the bottom.



Objetivos:

- **Adaptar** la industria de **espectáculos públicos** a los nuevos retos impuestos por la contingencia del COVID-19.
- **Fortalecer** la relación existentes entre **artistas y usuarios** a través de nuevos canales y plataformas digitales.
- **Ofrecer** una nueva **experiencia de contenido** en medio de la contingencia.
- **Minimizar** el impacto económico y social que afecta a **productores, creadores, distribuidores, gestores, músicos y artistas** a causa del COVID-19.



Según estudios de la firma **CREKO consultores**, a la fecha de cierre de nuestro último Live, las cifras han de mostrado un crecimiento significativo. Actualmente, hemos registrado que **33.262** personas han consultado nuestro portal de venta, lo que representa un aumento del **246%** de nuevos visitantes. Al comparar los dos eventos, el número de asistentes se incrementó en un **102%**, en total llegando a **5.031** usuarios. Así mismo, podemos afirmar que, durante los **750** minutos de transmisión acumulados, hemos alcanzado una audiencia de alrededor de **20.100** personas conectadas a nuestra oferta desde **25** países, entre los que se destacan Italia, España, Reino Unido, México, Canadá, Estados Unidos, Australia, Chile, Perú, Brasil y Colombia. Nuestro aliado estratégico claro, aumento su participación en la audiencia conectada, pasando de **9%** a **15,8%** después de comparar su participación y nuestros primeros eventos..





Primer concierto on-line de música vallenata
 Artista invitado: **Jean Carlos Centeno**

creko_in creko In @crekoin WWW.CREKO.CO

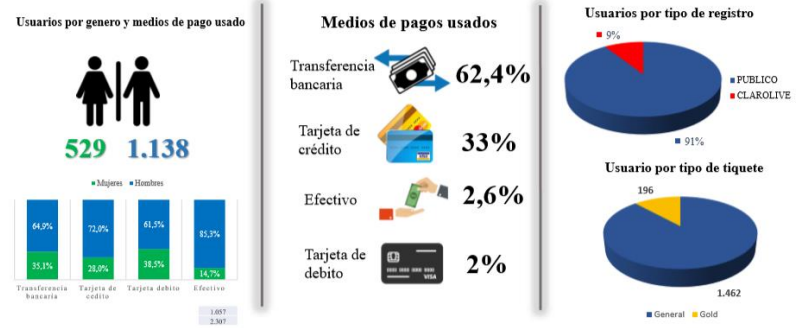


1.667 Usuarios
92,9% Conectados
3 horas On-line
6.128 Audiencia alcanzada



creko_in creko In @crekoin WWW.CREKO.CO

Usuarios y medios de pago



creko_in creko In @crekoin WWW.CREKO.CO



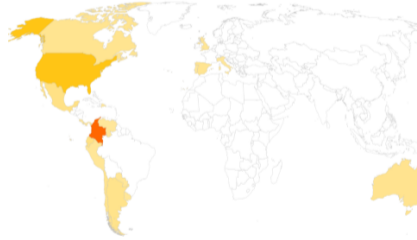
Audiencia por países

Mapa de audiencia por países

Durante el LIVE de Jean Carlos Centeno se registro audiencia de 20 países. Colombia con el 53,76%, es el país donde se concentro la mayor numero durante el concierto. Le siguen Norte América con el 25,16%, Sur América registra 4,18% y los restantes Centro América el Caribe y Europa con 10,13% y 4,58% de la audiencia respectivamente.

20 países

Tabla de audiencia por países	
ES	1,43%
CO	53,76%
US	23,37%
CA	1,80%
EC	2,34%
CL	2,20%
PA	2,12%
IT	0,16%
UY	0,33%
AR	2,41%
PE	0,49%
VE	0,16%
AU	1,49%
MX	3,59%
DO	0,16%
GB	0,33%
CR	0,16%
PT	0,16%
PV	0,49%
BH	0,16%



@creko_in | creko In | @crekoin

WWW.CREKO.CO



Mapas de calor: Hora de compra por tipo de usuario y medio de pago

Tipo de usuario



Canal de Pago



@creko_in | creko In | @crekoin

WWW.CREKO.CO



Tiempo promedio de navegación por hora del día

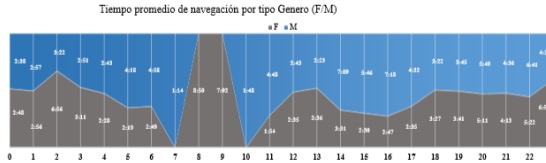
4:38

Tiempo promedio de navegación por persona hasta comprar un ticket.



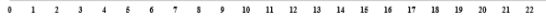
4:06

Tiempo promedio de navegación de un Hombre (M) hasta comprar un ticket.



3:56

Tiempo promedio de navegación de una Mujer (F) hasta comprar un ticket.



@creko_in | creko In | @crekoin

WWW.CREKO.CO



Segundo concierto on-line de música vallenata Artista invitado: Elder Dayán Díaz

@creko_in | creko in | @crekoin WWW.CREKO.CO

3364
Usuarios

80,04%
Promedio de usuarios Conectados

3:30 horas
On-line

13.456
Audiencia alcanzada

Claro música LA CAJA DE MÚSICA LIVE
Presentan
29 DE MAYO HORAS: 8PM
TICKET 25.000
ELDER DAYÁN ROLANDO OCHOA
COMPRÁ TUS TICKETS EN WWW.LACAJADEMUSICA.LIVE

@creko_in | creko in | @crekoin WWW.CREKO.CO

Usuarios y medios de pago

Usuarios por genero y medios de pago usado

1.057 **2.307**

Medio de pago	Mujeres	Hombres
Transferencia bancaria	67,7%	52,3%
Tarjeta de crédito	73,7%	36,3%
Tarjeta debito	83,0%	36,1%
Efectivo	74,4%	25,6%

Medios de pagos usados

- Transferencia bancaria **71,7%**
- Tarjeta de crédito **19,3%**
- Efectivo **6,9%**
- Tarjeta de debito **2,1%**

Usuarios por tipo de registro

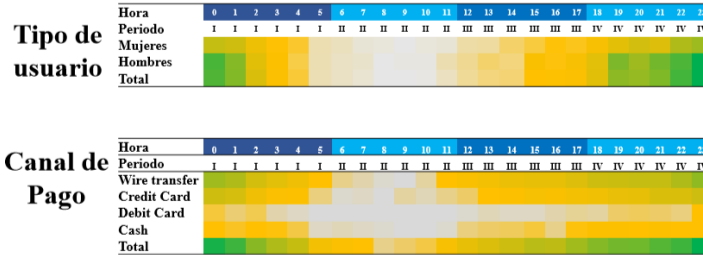
Tipo de registro	Porcentaje
Claro	15,8%
Publico	84,2%

Usuario por tipo de tiquete

Tipo de tiquete	Cantidad
General	3331
Gold	34

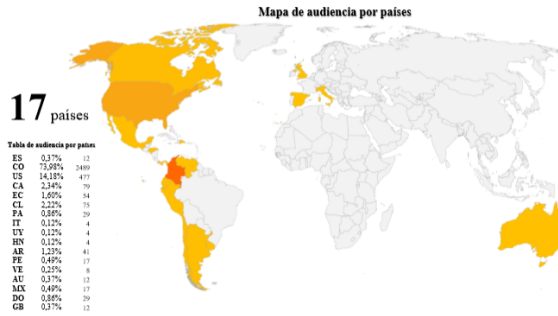
@creko_in | creko in | @crekoin WWW.CREKO.CO

Mapas de calor: Hora de compra por tipo de usuario y medio de pago



Audiencia por países

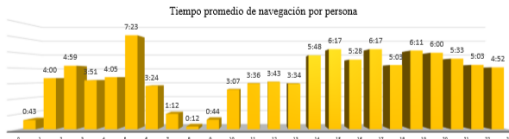
Durante el LIVE de Elder Dayán Díaz registramos audiencia de 17 países. Colombia con el 73,98%, es el país donde se concentro la mayor número durante el concierto. Le siguen los Estados Unidos con el 14,18% y los restantes 15 países con el 11,84% de personas.



Tiempo promedio de navegación por hora del día

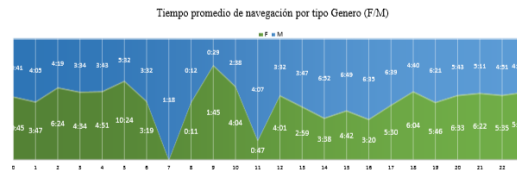
5:16

Tiempo promedio de navegación por persona hasta comprar un ticket.



4:24

Tiempo promedio de navegación de un Hombre (M) hasta comprar un ticket.





Con Los resultados obtenidos en nuestro segundo evento el pasado 29 de mayo con la presentación de los artistas Elder Dayán y Rolando Ochoa, hoy podemos decir con satisfacción que nos adaptamos a la nueva industria de espectáculos públicos, que cumplimos con el reto impuesto por la contingencia del COVID-19, que fortalecimos la relación existente entre el artista y sus seguidores a través de nuevos canales y plataformas digitales, que ofrecimos una nueva experiencia de contenido y entretenimiento y que ayudamos a minimizar el impacto económico y social que afecta a productores, creadores, distribuidores, gestores, músicos y artistas a causa del COVID-19.



 A top-down view of a workspace on a wooden desk. It features a laptop, a cup of coffee, a small potted plant, and a hand writing on a notepad. The image is framed by a grey and orange border.

CREKO
Consultoría en Inteligencia de Negocio
para las pequeñas, medianas y grandes empresas

Fabian Dangond Rosado
Especialista en Desarrollo Social
Candidato a Magister en Innovación y Emprendimiento
Consultor en ICC y emprendimiento
CEO CREKO consultores

TW: ingdangond
Inst: @creko_in

creko_in
Creko In
@crekoin

WWW.CREKO.CO

Anexo 6. Certificación de contratación por concepto Consultoría en inteligencia de negocios por parte de La Caja de Música Live



LCM Producciones S.A.S.

CERTIFICA:

Que la empresa **CREKO** consultores, identificada con NIT No. 900633258, está vinculado a LCM Producciones S.A.S. desde el 01/06/2020, prestando los servicios de consultoría empresarial en Inteligencia de negocios y analítica de datos.

Servicios prestados:

- Planificar y organizar la obtención sistemática de información de calidad, útil y relevante del entorno de la empresa y la competencia.
- Apoyar a la organización en uso estratégico de los datos y promover soluciones innovadoras.
- Detectar amenazas y oportunidades y tomar una decisión para mantener el negocio articulado con los objetivos estratégicos de la empresa.
- Identificar nuevas oportunidades de mercado en función de los datos analizados.
- Asesorar a la dirección en la toma de decisiones.
- Desarrollar nuevas líneas de negocio en función de los datos conseguidos

Se firma en Valledupar, a solicitud del interesado a los once (11) días del mes de agosto de dos mil veinte (2020).


Camilo Daza Quintero
CEO

Tel: 5716249 - Cel: 3205420100
e-mail: manager@lacajademusica.co
Dirección: Calle 23 #7-39
Valledupar - Cesar