

**Universidad del Rosario**



**MUPPLER**

**Trabajo de Grado**

**Cesar Alejandro Fúquene Piña**

**Fabio Andrés Forigua Torres**

**Juan Camilo Hernández Alarcón**

**Bogotá**

**2020**

**Universidad del Rosario**



**MUPPLER**

**Trabajo de Grado**

**Cesar Alejandro Fúquene Piña**

**Fabio Andrés Forigua Torres**

**Juan Camilo Hernández Alarcón**

**Centro de Emprendimiento**

**Administracion de Empresas**

**Administracion de Negocios Internacionales**

**Bogotá**

**2020**

## Tabla de contenido

Resumen y palabras clave.....	9
Abstract.....	11
1. One Pager.....	13
1.1 Sector y Actividad Económica del Emprendimiento.....	14
2. Objetivo General y Específicos .....	14
2.1 Objetivo General .....	14
2.2 Objetivos Específicos .....	15
3. Alineación de Intereses Propios o del Equipo Emprendedor con Proyecto de Emprendimiento .....	15
4. Modelo de Negocio Ampliado.....	16
4.1 Mi Meta .....	16
4.2 Descripción de Modelo de Negocio .....	17
4.3 Retos .....	18
4.4 Estrategias en el Mediano Plazo Enfocadas a Crecimiento, Rentabilidad, Supervivencia.....	19
4.5 Métricas por Áreas.....	19
4.5.1 Área de recursos:.....	20
4.5.2 Área financiera: .....	20
4.5.3 Área de mercadeo:.....	20
4.5.4 Área de operaciones: .....	21
4.6 Proyectos Clave .....	21

4.6.1 Creacion del equipo de I.T (Equipo tecnologico) y desarrollo web de las plataformas Muppler.	21
4.6.2 Muppler, integrará una aplicación móvil	21
5. Finanzas	22
5.1 Modelo Financiero	22
5.1.1 Cuantificación de la inversión requerida	22
5.1.2 Determinación de la rentabilidad esperada	23
5.1.3 Flujo de caja proyectado a 5 años	23
5.2 Ventaja Competitiva	24
5.3 Indicadores en Escenario Normal	25
5.3.1 Leverage financiero total	26
5.3.2 Rentabilidad operacional	26
5.3.3 Rentabilidad del patrimonio (ROE)	26
5.3.5 Evaluación financiera VPN, B/C, TIR, TVR, PRI	27
5.4 Proyección financiera de crecimiento	28
5.5 Fuentes de Financiación	30
5.6 Video Pitch - Demo day	31
6. Aspectos Legales	31
6.1 Estructuras de Desgloce de Trabajo: Necesidades/Planeación	31
6.2 Estructuras de desgloce de trabajo: Riesgos	32
6.3 Diagrama de Gantt	33
6.4 Registro o carta de compromiso	34
7.Estructuración de Estrategia SALES 4.0	34

7.1. Construcción del Mapa de Experiencia del Cliente (Journey Map/lienzo) .....	34
7.2. Estrategia de Consolidación de Mercado.....	36
7.3. Funnel Comercial .....	37
7.4. Modelo y Pasos de Tracción Comercial .....	38
8.Estrategia de Mercadeo y Comunicación .....	40
8.1 Propuesta de Valor en Prosa/Manifiesto.....	40
8.2 Brief De Marca .....	40
8.3 Mensajes Claves .....	41
8.4 Plan de Mercadeo .....	43
8.5 KPI de seguimiento comercial.....	44
9. Beneficios para la comunidad.....	46
9.1 Desarrollo humano: ¿Cómo el proyecto contribuirá a sus empleados?.....	46
9.2 Desarrollo económico: ¿Cómo el proyecto contribuirá a la generación de empleo u otros negocios locales? .....	47
9.3 Desarrollo colectivo: ¿Cómo el proyecto generará beneficios a la comunidad? .....	48
10 . Bibliografía .....	48

## Índice de tablas

Tabla 1. Cuantificación de la inversión requerida .....	22
Tabla 2. Flujo de caja proyectado a 5 años .....	24
Tabla 3. Evaluación financiera VPN, B/C, TIR, TVR, PRI .....	27
Tabla 4. Proyección financiera de crecimiento .....	28
Tabla 5. Fuentes de financiación .....	30

## Índice de Figuras

Figura 1. One pager.....	13
Figura 2. Sector y actividad económica del emprendimiento.....	14
Figura 3. Lienzo de sueños .....	16
Figura 4. Ventaja competitiva.....	25
Figura 5. Estructuras de desglose de trabajo: Riesgos.....	33
Figura 6. Funnel Comercial .....	38
Figura 7. Modelo y pasos de tracción comercial .....	38
Figura 8. Plan de mercadeo.....	43
Figura 9. Objetivos de mercadeo .....	44

## Glosario

1. **Activos:** Son los bienes de una empresa que en el corto y mediano plazo se pueden convertir en efectivo.
2. **Pasivos:** Obligaciones financieras que una empresa contrae con un tercero.
3. **Capital de trabajo:** Monto económico que una empresa necesita para poder operar sin ningún contratiempo.
4. **Muppler:** Plataforma que conecta músicos de todo tipo de género con el cliente final de una forma fácil, rápida y segura. Objeto de este proyecto de grado.
5. **Modelos de negocios ampliados:** Herramienta que permite definir que tipo de necesidades se van a resolver y que tipo de soluciones se van a proporcionar a los clientes potenciales. Permite realizar un análisis detallado para entender como se va a implementar este negocio en el mercado.
6. **Ventaja competitiva:** Son aquellas cualidades comerciales que distinguen a una empresa de otra por la prestación de un servicio o la venta de un producto en específico que las demás no tienen o que hacen mejor.
7. **Leverage financiero:** Es un indicador de endeudamiento que refleja el estado de una organización respecto a sus activos.
8. **KPI: Key performance indicator:** Son métricas que permiten entender el desempeño de una empresa en términos de eficiencia, calidad, servicio al cliente, productividad, entre otros.
9. **VPN: Valor presente neto:** Es un indicador que permite entender si dicha inversión hecha

v tener una maximización de sus beneficios.

10. B/C: Relación Beneficio/costo: Permite entender cuales son los beneficios por cada peso invertido en un proyecto

11. TIR: Tasa interna de retorno: Es la tasa de interés o rentabilidad que genera un negocio

## **Resumen y palabras clave**

En Bogotá hay miles de músicos que tienen grandes dificultades para darse a conocer. Así mismo, el gremio musical en la ciudad ha llegado a ser desvalorado y muchas veces denigrado. Por otra parte, la gente del común y empresas que quieren música en vivo para ambientar sus eventos no encuentran de forma fácil y segura el músico que quieren para su celebración. Según el Análisis de resultados Censo de Música en Vivo, en Colombia, los ingresos de la música en vivo están alrededor de \$210.000 millones (Observatorio de la Música de Bogotá, OMB, Cámara de Comercio, Lado B, 2018). En el 2018 se realizaron en Colombia 67,951 eventos en vivo (ProColombia) de los cuales el 89% son espectáculos de música en vivo (Camara de Comercio de Bogotá, 2017)

Bajo estas dos premisas nace Muppler en el 2018, una plataforma que conecta músicos de todo tipo de género con el cliente final de una forma fácil, rápida y segura. En Muppler queremos garantizar mediante la tecnología lo siguiente: Para el cliente, total personalización. En nuestro MVP, arrancaremos con una plataforma que permita personalizar el repertorio que el cliente quiere escuchar el día de su evento, hacer el seguimiento en tiempo real al músico, y darle garantías ante cualquier eventualidad por medio de un seguro. Para el músico, queremos ofrecerle una plataforma donde no solo pueda conectarse con clientes que estén necesitando sus servicios, sino que también le permita posicionarse en la industria musical, haciendo networking con otros músicos y otros entes del mercado, con el fin de que esto le permita tener un crecimiento profesional.

Actualmente, tenemos 3 categorías: Emergente, Classic y Premium. Nuestra categoría más importante es la de músicos emergentes porque son los músicos que no solo están buscando generar ingresos, sino que también están buscando este crecimiento en el gremio musical. Para hacer realidad el proyecto, Muppler cuenta con un equipo conformado por seis profesionales en las áreas de mercadeo, logística, finanzas y desarrollo web.

**Palabras clave:** Contratación de música en vivo; Gremio musical; Mercadeo digital; Plataforma web; Emprendimiento; Eventos en vivo; Manager virtual.

## Abstract

In Bogotá, there are thousands of musicians who have difficulties to become recognized by the people. Besides, the music industry has been devalued and denigrated a lot of times. On the other hand, the people and companies who need live music for their events can't find musicians easily and safely. According to Censo de Música en Vivo's analysis results, the incomes in Colombia of live music are estimated in \$210 million of pesos (Observatorio de la Música de Bogotá, OMB, Cámara de Comercio, Lado B, 2018). Furthermore, in 2018, Colombia had more than 67.951 (Procolombia) live events where 86% were made in Bogotá (CCB: 2017).

For these reasons, Muppler was born in 2018, a platform that connects musicians of all genders with the final customer through an easy, safe, and quick way. In Muppler we want to fulfill the following: For the client, total customization. In our MVP, we will start with a platform that allows clients to customize the repertoire that they want to listen to on the day of their event, to monitor the musician in real-time, and to give guarantees against any eventuality by an insurance. For the musician, a platform where he can get a promotion in the industry, connect him or her with the final customer and network with other musical groups to allow them a professional growth.

Nowadays Muppler has 3 categories: Emergent, Classic, and Premium. The most important category is the emergent category because the musicians of this category are not only seeking an income but also professional growth (UNESCO, 2012) (Secretaría del Hábitat, 2019). To make

this project real, Muppler has a work team conformed by 6 people in the marketing, supply, finance, and web development field

**Keywords:** Live music hiring – industry music – digital market – website – entrepreneurship – live music and virtual manager.

## 1. One Pager

Figura 1. One pager



**Muppler**  
VIVVELO  
CON MÚSICA

**SOMOS LA PLATAFORMA  
DIGITAL QUE  
REVOLUCIONA LA MANERA  
EN QUE SE CONTRATA  
MUSICA EN VIVO**

Conectamos músicos de todo tipo de género con el cliente final de una manera fácil, rápida y segura. Apoyamos el mejor talento de la ciudad para que tengan un crecimiento profesional y se posicionen en la industria musical.

**Problema**

Muppler comienza hace dos años porque ve una necesidad al momento de contratar música en vivo. Por experiencias propias nos dimos cuenta que al contratar los servicios de un músico era un poco complicado, algunos músicos llegaban tarde, otros hasta borrachos y la presentación dada no era la esperada. De la misma forma y más importante, nos dimos cuenta que en Bogotá había un gran talento musical sin poder darse a conocer.

**Solucion**

Para el cliente, total personalización. En nuestro MVP, arrancaremos con una plataforma que permita personalizar el repertorio que el cliente quiere escuchar el día de su evento, hacer el seguimiento en tiempo real al músico, y darle garantías ante cualquier eventualidad por medio de un seguro.

Para el músico, queremos ofrecerle una plataforma donde no solo pueda conectarse con clientes que estén necesitando sus servicios sino que también le permita posicionarse en la industria musical, haciendo networking con otros músicos y otros entes del mercado, con el fin de que esto le permita tener un crecimiento profesional.

**METRICAS**

- 800 inscripciones en nuestro reclutamiento de músicos.
- Tuvimos presentaciones en el Movistar Arena, la universidad del Rosario y la universidad de los Andes.
- Se llevan a cabo en el país 67951 eventos de música en vivo por año.

**MODELO DE NEGOCIO**

Lo hacemos de dos formas. La primera, después de que un músico se haya presentado y haya cumplido con todos los requisitos que Muppler le exige al momento de entrar, este deberá pagar el costo de inscripción a la plataforma. Es un costo de inscripción que paga la primera vez y anualmente como renovación. Y el segundo, por cada transacción exitosa que tengamos, Muppler cobrará un 40% de comisión por evento donde el 20% se le cargará al cliente y el otro 20% al músico.

**Información de contacto**  
Correo electrónico: [mupplerco@gmail.com](mailto:mupplerco@gmail.com)  
Página web: [www.muppler.com](http://www.muppler.com)  
@mupplerco  
@mupplerco

**Figura 1. One pager.** La idea de resumen ejecutivo (One pager) está vinculada al desarrollo y la presentación de un cierto documento ante un banco o un potencial inversor. El objetivo de un resumen ejecutivo es exhibir, en pocas líneas, un proyecto frente a las personas que pueden decidir sobre su financiamiento.

Fuente: Propia del autor.

## 1.1 Sector y Actividad Económica del Emprendimiento

Figura 2. Sector y actividad económica del emprendimiento

Clase				
Seleccionar	Clase	SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	9007		Actividades de espectáculos musicales en vivo	Ver Nota

Según la actividad por usted elegida el código es:

CIU                      \*SHD

9   0   0   7  

\*SHD: Secretaría de Hacienda Distrital

**Figura 2. Sector y actividad económica del emprendimiento.** El sector económico es el conjunto de actividades productivas o comerciales que reúnen una serie de características similares. Es decir, son negocios que cuentan con una naturaleza común.

Fuente: Camara de comercio de Bogotá.

## 2. Objetivo General y Específicos

### 2.1 Objetivo General

Construir una empresa la cual se convierta en el medio de contratación de música en vivo más usado en Colombia para el año 2021, teniendo mas de 500 artistas en Bogotá brindando confianza, seguridad y personalización a nuestros clientes.

## **2.2 Objetivos Específicos**

- Diseñar y poner en marcha la plataforma web, en la cual el usuario pueda contratar para su evento social o corporativo al músico de su preferencia y que este se ajuste a su presupuesto.
- Posicionar la marca en Bogotá entre clientes y músicos a través de los diferentes canales de promoción.
- Contar con una amplia base de músicos, los cuales antes aprobaron los filtros de calidad y seguridad impuestos por Muppler.
- Detallar costeo de implementación, lanzamiento y funcionamiento de la plataforma

## **3. Alineación de Intereses Propios o del Equipo Emprendedor con Proyecto de Emprendimiento**

Cada uno de los integrantes del equipo visualiza a Muppler de una forma en la cual la marca brinde soluciones rápidas y efectivas a las personas que soliciten un servicio con nosotros. Brindándole al cliente a lo largo y durante el servicio emociones como la personalización, la rapidez y la seguridad. Incluyendo el disfrute y el asombro que brindan nuestros músicos en el evento, siendo muy transparentes con los músicos y brindándoles flexibilidad a la hora de trabajar.

Figura 3. Lienzo de sueños



**Figura 3. Lienzo de sueños.** Un lienzo de sueños hace referencia a las aspiraciones o metas a cumplir de una persona o un equipo.

Fuente: Propia del autor.

## 4. Modelo de Negocio Ampliado

### 4.1 Mi Meta

En Muppler se cree que la música es el lenguaje universal y que todos merecen la oportunidad de sentirla. Nosotros con esta solución que creamos, vamos a llevar la música a más lugares por medio de nuestra plataforma y aseguramos que esta se va a expandir a espacios donde antes no se sentía. Muppler promociona músicos de gran talento que han tenido pocas oportunidades en el mercado y además le da al cliente una experiencia basada en seguridad y personalización.

#### **4.2 Descripción de Modelo de Negocio**

Somos Muppler, conectamos músicos de todo tipo de género con el cliente final para eventos corporativos y sociales lo hacemos a través de página web y app móvil y nuestra relación con ellos es fácil, rápida y segura. Esto es posible porque contamos con un equipo tecnológico y logístico, y por que hacemos mejor que nadie que en los eventos que somos partícipes la música haga lo propio, transformar momentos que sean difíciles de olvidar. Nuestros aliados (músicos) permiten que cumplamos con las exigencias del cliente. Y así logramos generar experiencias inolvidables.

Muppler es una plataforma para contratar música en vivo en Bogotá y próximamente en otras ciudades del país. Muppler cobra una comisión sobre el precio final equivalente al 40% de cada servicio que contrata un cliente con algún músico o banda de la empresa. El 40% se distribuye cobrando una comisión del 20% al músico y 20% al cliente.

Para el cliente: Después de que el cliente realiza una búsqueda por género, precio, hora y ubicación, Escogerá el artista que más le guste, pero además, podrá seleccionar el set de canciones que quiere que canten en su evento, el vestuario del músico y no se tendrá que preocupar por la hora de llegada ya que la app estará conectada con waze y le permitirá al cliente ver en tiempo real dónde viene y cuanto se demora en llegar el músico. Durante el evento el cliente podrá pedir cambio de canción en tiempo real.

Para el usuario (músico) : Además de ser su manager virtual, le brindara oportunidades de promoción, posicionamiento y aumento de ingresos. Tendrán un crecimiento profesional y su ambiente laboral mejorará significativamente. Mediante esta app los músicos podrán organizar su perfil con sus últimos videos, canciones, formatos y servicios.

### **4.3 Retos**

Haciendo la valuacion interna y externa del proyecto Muppler hemos identificado los principales retos del emprendimiento. Apartir de estos se crean diferentes estrategias correlacionando las fortalezas y debilidades con oportunidades y amenazas.

La primera de estas surge por la necesidad de incorporar las tecnologías de la información, ya que así penetraremos de una mejor forma el mercado y a su vez será un gran complemento para llevar eficazmente toda nuestra base de datos.

Además con nuestros aliados queremos llevar a cabo planes de integración, brindando planes corporativos mensuales personalizados con el fin de darles una solución óptima a su necesidad.

#### **4.4 Estrategias en el Mediano Plazo Enfocadas a Crecimiento, Rentabilidad, Supervivencia**

- Boom de las tecnologías de la información en la plataforma.
- Alianzas atractivas para los clientes además de generar actividades para diferenciación del servicio.
- Propuesta de valor con músicos de calidad para generar una marca sólida.
- Ingresos por terceros por servicios de marketing.
- Músicos emergentes, adquirir esos músicos que son competidores y que se pueden contratar en la calle.

#### **4.5 Métricas por Áreas**

#### **4.5.1 Área de recursos:**

- Numero de aplicaciones a convocatorias para generar capital semilla mayor a 50'000.000 millones de pesos.
- Numero de artistas registrados que terminan satisfactoriamente el proceso de vinculacon a Muppler.

#### **4.5.2 Área financiera:**

- Generar estados de resultados y balance general los primeros días de cada mes.
- Detallar costeo de implementación, lanzamiento y funcionamiento de la plataforma.
- Alcanzar una rentabilidad de más del 30% por evento.

#### **4.5.3 Área de mercadeo:**

- Crear el canal de ventas digital.
- Lograr 2 eventos por semana antes del lanzamiento de la app.

#### **4.5.4 Àrea de operaciones:**

- Tiempo promedio requerido para enviar una cotizacion
- Numero de llamadas con respuesta satisfactoria realizadas a leads de musicos.

#### **4.6 Proyectos Clave**

##### **4.6.1 Creacion del equipo de I.T (Equipo tecnologico) y desarrollo web de las plataformas Muppler.**

1. Definir nuevo cronograma y planeación de desarrollo de app web
2. Definir entrevista y proceso de selección de estudiantes de
3. Identificar puntos que se deberian quitar, modificar o actualizar en el landing page.
4. indicar cronogrma de trabajo para actualización de landing page

##### **4.6.2 Muppler, integrará una aplicación móvil**

La cual podrá ser descargada para dispositivos IOS y Android. En la cual el cliente podrá contactar con el músico para llevar acabo su evento. Cabe decir que la aplicación es muy

completa, ya que el cliente corporativo o cliente natural tendrá la posibilidad de antes de contratar al artista ver las interpretaciones de este mismo, con el fin de estar seguro de cómo se desempeña este como artista. Además, la app está integrada con la plataforma waze, para ver en tiempo real la distancia del artista con el evento.

## 5. Finanzas

### 5.1 Modelo Financiero

#### 5.1.1 Cuantificación de la inversión requerida

Tabla 1. Cuantificación de la inversión requerida

Costos de inversión			
	Valor	Vida útil	Depreciación anual
Plataforma Tecnológica	\$792.000	10	\$79.200
Equipos de computo	\$30.000.000	5	\$6.000.000
Renovación de equipos	\$70.000.000	5	\$14.000.000
Publicidad	\$12.792.000		
Capital de trabajo	\$36.416.000		
<b>TOTAL</b>	<b>\$150.000.000</b>		

**Tabla 1. Cuantificación de la inversión requerida.** El Plan de Inversión recoge los elementos materiales necesarios para el inicio y desarrollo de la actividad de la empresa. Recoge el listado exhaustivo de todos los elementos materiales que serán necesarios, su cuantificación económica.

Fuente: Propia del autor.

Para calcular la inversión requerida para el proyecto Muppler, se contempló diferentes tipos de activos. En un primer lugar, los activos relacionados con la creación de la plataforma web y mobile. Relacionando el equipo de cómputo además de servidores y software para el soporte técnico requerido para mantener la operación proyectada, este apartado representa el 67,19% (\$100'792.000) de la inversión inicial. Por el otro lado, pensando en la gestión comercial que se debe hacer, se contempla ítems en publicidad y capital de trabajo para poner en marcha los planes de mercadeo digital y trade marketing que se han proyectado, esta parte representa el 32,81% (\$49'208.000).

### **5.1.2 Determinación de la rentabilidad esperada**

La rentabilidad esperada por el inversionista es del 7% EA, la cual se fija bajo una cotización en un CDT por el valor de la inversión estimada. Esta sería nuestro interés esperado y se evaluará el proyecto con base en esta TIO.

### **5.1.3 Flujo de caja proyectado a 5 años**

Tabla 2. Flujo de caja proyectado a 5 años

PERIODO	FLUJO NETO DE EFECTIVO
0	-\$150.000.000
1	-\$55.311.394
2	\$85.853.829
3	\$209.277.180

**Tabla 2. Flujo de caja proyectado a 5 años** Si una empresa decide realizar sus flujos de fondos proyectados, conocerán cuál será su estado de liquidez futuro, y si este será suficiente para continuar con las operaciones.

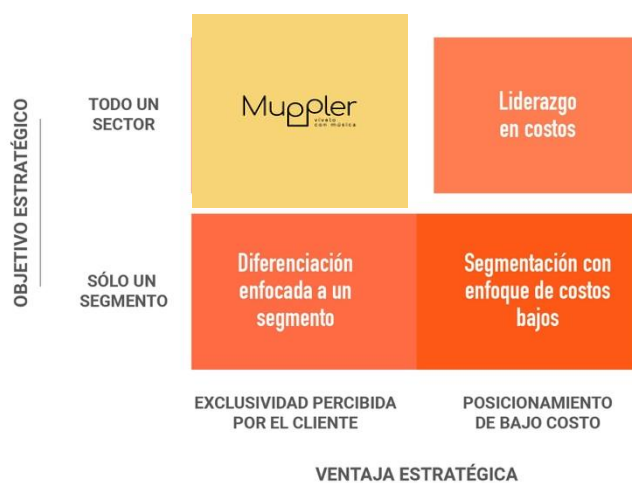
Como se presenta en la tabla de flujos netos de efectivo, el emprendimiento Muppler tiene una proyección donde el primer año se genera un flujo de efectivo negativo y para el tercer año se planifica la recuperación del capital invertido. Es importante resaltar que el primer año debido a que las fuentes de ingresos por parte de las inscripciones a la plataforma sean nulas y que los costos para hacer estos registros de músicos se contemplen, da sentido una baja en el capital de trabajo. Sin embargo, se evidencia que la inversión inicial subsana ese periodo donde se obtiene un flujo de efectivo negativo y no se contempla una falta de liquidez.

## 5.2 Ventaja Competitiva

Nuestra ventaja competitiva es una ventaja de diferenciación. Nosotros nos queremos distinguir por el servicio que prestamos de personalización, por las garantías que damos y la gran experiencia que brindamos a nuestros clientes mediante la plataforma. Queremos posicionarnos

como una marca que genere una sinergia con la gente, que el diseño que estamos vendiendo a través de la aplicación y que la experiencia que estamos brindando por medio de nuestros servicios sea lo que realmente nos haga diferenciar de nuestros competidores. En nuestro MVP la personalización puede verse muy básica, pero lo que tenemos planteado hacia un mediano plazo, es una personalización en tiempo real, algo que nos va a destacar del modo de operar de las demás plataformas del mercado.

Figura 4. Ventaja Competitiva



**Figura 4. Ventaja competitiva.**

Una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir.

Fuente: Propia del autor.

### 5.3 Indicadores en Escenario Normal

Como se indica en la tabla de indicadores del emprendimiento, el desempeño que se proyecta tener en Muppler varía en gran medida del año 1 al año 3 debido a las diferentes etapas que pasa

el proyecto, esto evidenciado en sus indicadores de solvencia, solidez, actividad y rentabilidad.

En primer lugar, la capacidad que tiene el emprendimiento para hacer frente a todos los compromisos financieros en el largo es apropiado desde primer año teniendo 2,8 pesos de respaldo por cada peso de obligación financiera, y ya en el tercer año pasará a 5,07 veces de respaldo. Así mismo se destacan los siguientes puntos:

### **5.3.1 Leverage financiero total**

Por cada peso del patrimonio se tienen deudas con los bancos por 35 centavos el primer año y para el año 3 cada peso de los socios está comprometido con los bancos en un 19%

### **5.3.2 Rentabilidad operacional**

La rentabilidad de la compañía en el desarrollo de su objeto social es de 4% el primer año y 11% el tercer año, esto indicando que el negocio es lucrativo independientemente de ingresos y egresos generados por actividades no directamente relacionadas con este.

### **5.3.3 Rentabilidad del patrimonio (ROE)**

La rentabilidad de la inversión de los socios es de 34% el primer año y para el tercer año obtendrán un rendimiento sobre su inversión del 39,9%

### 5.3.4 Rentabilidad del activo total (ROA)

La capacidad del activo en la generación de utilidades es del 22% el primer año y para el año 3 cada peso invertido en el activo generara 39,9 centavos de utilidad neta.

### 5.3.5 Evaluación financiera VPN, B/C, TIR, TVR, PRI

Tabla 3. Evaluación financiera VPN, B/C, TIR, TVR, PRI

PERIODO	FLUJO NETO DE EFECTIVO		VP INGRESOS	\$194.127.685,62
			VP EGRESOS	-\$ 150.000.000
0	-\$ 150.000.000		VPN	\$44.127.685,62
1	-\$ 55.311.394	\$201.692.891,49	B/C	\$1,29
2	\$ 85.853.829	\$126.704.832,36	TIR	16,047%
3	\$ 209.277.180	\$44.127.685,62	PRI	\$2,74

**Tabla 3. Evaluación financiera VPN, B/C, TIR, TVR, PRI** Los indicadores financieros son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; y sirven para analizar su liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa de una entidad.

El proyecto es financieramente viable porque el grupo de inversionistas Muppler recupera la inversión, obtienen la rentabilidad esperada, tiene un beneficio adicional de 44'127.685 pesos y por cada peso invertido se obtienen 1,29 pesos. Además, la tasa interna de retorno del proyecto se espera que sea del 16,047% la cual es mayor a la TIO(interés esperado). En cuanto al PRI el proyecto recupera la inversión en 2 años y 9 meses, lo cual muestra que es riesgoso teniendo en cuenta que este está muy cerca al horizonte de evaluación de 3 años. Se recomienda invertir en el proyecto, pero se debe considerar el riesgo que presenta un periodo de recuperación de la inversión muy cerca del horizonte de evaluación porque cumple con los 5 criterios para ser viable.

#### 5.4 Proyección financiera de crecimiento

Tabla 4. Proyección financiera de crecimiento

	Proyección crecimiento		
	ventas - Eventos mensuales		
	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Eventos Artistas Emergentes -</b>			
<b>Solistas/CANTIDADES</b>	28	42	44
<b>Eventos Artistas Classic - Solistas/CANTIDADES</b>	28	42	44

<b>Eventos Artistas Premium -</b>			
<b>Solistas/CANTIDADES</b>	0	0	2
<b>Eventos Artistas Emergentes - Agrupación</b>	23	34	35
<b>Eventos Artistas Classic - Agrupación</b>	34	50	52
<b>Eventos Artistas Premium - Agrupación</b>	0	0	2
<b>Promedio TOTAL EVENTOS MENSUALES</b>	113	169	178
<b>PORCENTAJE DE CRECIMIENTO</b>		150%	160%

**Tabla 4.** Una proyección financiera es un análisis que te permite calcular desde el punto de vista financiero y contable cuál será el desenvolvimiento de tu empresa o negocio en un futuro determinado.

Fuente: Propia del autor.

Los espectáculos de música representan el 89 % de los 67.951 eventos en vivo por año (CCB, EL Espectador, 2018). Las proyecciones que el proyecto Muppler hace de eventos se hace con base en el número de eventos reportados por la principal competencia al año; Asimismo, de acuerdo a las proyecciones del desempeño de la industria del entretenimiento y elaboración de eventos de música en vivo en Bogotá. La empresa Quieromúsicos.com reportó para el 2019 un total de 1687 shows realizados, por lo cual Muppler S.A.S toma referencia de alcanzar el 75% de esta cifra (1350) el primer año. Igualmente, el aumento de eventos de música en vivo ha sido del 76% desde el 2017 (La Republica, 2020), por lo cual el proyecto toma esta cifra de referencia para su crecimiento y le quita los puntos porcentuales (aproximadamente 25) que ha sido afectada la industria musical por la crisis mundial a cuenta del Covid-19. En el mismo sentido, hay que resaltar que se ha reinventado el servicio y aumentado el portafolio con las

externalidades sucedidas estableciendo serenatas con protocolos de bioseguridad, shows virtuales y mensajes personalizados a domicilios, con esta oferta se apunta a este crecimiento citado en la Gráfica. De esta manera se espera crecer para el segundo año un 50% debido al gran aporte en mercadeo que se quiere hacer (inversión que no se ha detectado por la competencia) y para el tercer año seguir creciendo a doble dígito (10%) como lo reporta el sector cada año.

## 5.5 Fuentes de Financiación

Tabla 5. Fuentes de financiación

<b>VP</b>	<b>F=</b>	\$ 75.000.000		
<b>TASA</b>				
<b>MES</b>	<b>i=</b>	1,02%	<b>TASA EA</b>	<b>13%</b>
<b>NPER</b>	<b>n=</b>	24		
<b>Pago</b>	<b>A=</b>	\$ 3.540.473		

**Tabla 5.** La fuente de financiación de la empresa es toda aquella vía que utiliza para obtener los recursos necesarios que sufraguen su actividad.

Fuente: Propia del autor.

La inversión fija es de 150`000.000 pesos, de los cuales el 50% equivalente a 75`000.000 serán financiados con un crédito del banco Bancolombia con una tasa del 13% EA en cuotas con un abono a capital igual y un plazo de 2 años, el resto de la inversión requerida lo colocarán los inversionistas del proyecto.

## **5.6 Video Pitch - Demo day**

<https://www.youtube.com/watch?v=Nxz-TXoy958&feature=youtu.be>

## **6. Aspectos Legales**

### **6.1 Estructuras de Desgloce de Trabajo: Necesidades/Planeación**

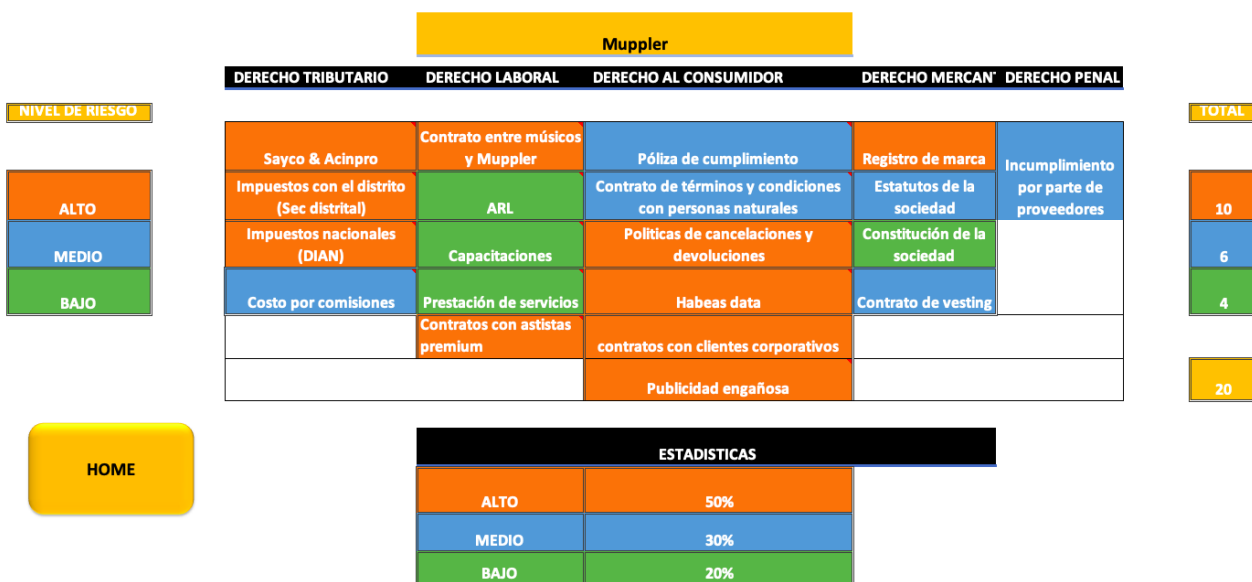
En esta descomposicion de la estructura de planeacion, Muppler encuentra el por que es importante planear bien ciertos items para llegar con mas facilidad y seguridad al mercado. Iniciando con la poliza de cumplimiento para dar una tranquilidad y garantia a nuestros clientes por si llega a ocurrir algun incumplimiento o calamidad en el servicio. La relacion entre Muppler y sus musicos sera y se entendera como una plataforma que les va a ayudar a generar promocion y posicionamiento dentro de la industria y ademas no va a existir ningun vinculo entre empleador y empleado.

## 6.2 Estructuras de desgloce de trabajo: Riesgos

Este EDT esta compuesto por 21 items de los cuales el 52% esta clasificado como un riesgo alto, 29% como un riesgo medio y finalmente un 19% como un riesgo bajo para la compañía. Dentro de los riesgos altos vamos a poder encontrar aspectos como el tributario que hace referencia a los impuestos nacionales, distritales y con entidades especificas como SAYCO & ACINPRO los cuales se deben pagar periodicamente para evitar sanciones economicas y/o acciones penales.

En la parte laborar queremos dejar en claro la relacion entre Muppler y sus musicos. En derecho al consumidor nos preocupa mucho la informacion que nos mandan tanto los musicos como los clientes debes ser muy cautelosos con esta informacion para evitar inconvenientes con la superintendencia de industria y comercio, y a su ves ser muy transparente con la informacion desplegada en redes sociales. En los riesgos medios podemos encontrar las polizas de cumplimiento y aspectos internos de la compañía como los estatutos y cumplimiento por parte de los proveedores. Por ultimo en aspectos de riesgo bajo encontramos la capacitacion de los musicos al momento de trabajar y dejar claramente las politicas de la empresa para un servicio de alta de calidad.

Figura 5. Estructuras de desgloce de trabajo: Riesgos



**Figura 5. Estructuras de desgloce de trabajo: Riesgos** Se define como un agrupamiento de los riesgos del proyecto orientado a sus fuentes que organiza y define la exposición total del riesgo del proyecto.

Fuente: Propia del autor.

### 6.3 Diagrama de Gantt

En este digrama se resume y clasifica lo que hemos venido haciendo en la empresa, en lo que estamos trabajando y lo que tenemos estancado. Actualmente tenemos items totalmente finalizados como lo son la debida constitucion de la sociedad asi mismo los temas legales con la Dian (RUT), la firma electronica, el registro para poderla expedir. Adicionalmente se expone el tema de contrato con las aseguradoras, contratos entre los artistas y Muppler, contrato de terminos y condiciones, sin embargo muchas de ellas no tienen un alto porcentaje de avance por que se ha tenido que parar y replantear estos temas. Además se especifica fechas como la

constitucion de la empresa la cual fue el 18 de abril del 2018 asi como se proyecta tener el registro de marca para el segundo semestre del 2021.

#### **6.4 Registro o carta de compromiso**

NIT: 901174094-7

### **7.Estructuración de Estrategia SALES 4.0**

#### **7.1. Construcción del Mapa de Experiencia del Cliente (Journey Map/lienzo)**

El journey map de Muppler esta compuesto por 4 fases, que son: Awareness, search, purchase & consumption y Post purchase. En cada una de ellas se describe el paso a paso que el cliente de Muppler tiene para llegar a nuestra plataforma, navegar en ella, escoger su artista favorita y hacer el pago.

A continuación, el detalle de cada fase:

**AWARNESS:** En esta fase se explica como Muppler se da a conocer en el mercado. Tiene diferentes canales para llegarle a sus clientes corporativos y a las personas naturales. Cabe

resaltar que Muppler tiene una estrategia de comunicación por canales virtuales y canales físicos, con el fin de poder penetrar gran parte de su target.

**SEARCH:** Después de haber captado la atención de los posibles clientes por los canales de la anterior fase, Muppler lo van a poder encontrar en redes sociales (Donde se redirige al website), Google, bares y restaurantes de la ciudad (Cuando alguno de los artistas de Muppler se este presentando) y en un largo plazo en la play y app store.

**PURCHASE & CONSUMPTION:** El cliente después de revisar todo el website de Muppler, Ver los artistas disponibles y precios, escoge su favorito, personaliza la playlist de su evento y hace el pago por Payu. Durante el proceso de compra el cliente puede solicitar asistencia y después del pago van a ver una serie de notificaciones que al cliente le proporcionaran seguridad y tranquilidad y a Muppler le servirán de control para supervisar que todo ande correctamente en la presentación.

**POST-PURCHASE:** El cliente da el feedback del servicio, de acuerdo con su calificación se analiza si necesita soporte por parte del equipo de Muppler. Muppler mantendrá un canal de comunicaciones con su cliente con el fin de enviarle promociones, descuentos, bonos, y premios por referir amigos, conocidos o familiares.

Desde redes sociales habrá una campaña de remarketing para incentivar la recompra por parte del cliente.

## **7.2. Estrategia de Consolidación de Mercado**

¿Qué queremos que los clientes y usuarios PIENSEN, HAGAN, SIENTAN Y SEPAN?

### **Clientes:**

- Valió la pena el dinero que invertí.
- Cumplieron o superaron mis expectativas.
- Fue fácil.
- Me siento tranquilo y satisfecho. Satisfacción.
- Lo recomiendo.
- Quiero pedir otro servicio por ahí.
- Nadie más lo hace como ellos.

### **Usuarios:**

- Es una plataforma que permite el crecimiento de mi proyecto musical. Puedo aumentar mis ingresos.
- Me siento apoyado y seguro.
- Lo recomiendo a mis colegas.

### 7.3. Funnel Comercial

El funnel de Muppler se divide en 6 aspectos donde se explica las acciones, el equipo y las consideraciones para cada una. El funnel tiene como intención explicar las diferentes fases por las que podría pasar Muppler y como se va a actuar frente a cada uno de los posibles escenarios. En este funnel se encontrará la generación de oportunidades donde hay una serie de herramientas físicas y online que se van a utilizar como vitrina para que la marca pueda darse a conocer. Hay una calificación de prospecto que se resume en el interés de entender los insights que los usuarios y clientes de Muppler están dejando cada vez que firman un contrato, visitan el website, responden a las promociones o los diferentes leads que se pueden generar desde redes sociales.

En el análisis de necesidad se podrá encontrar las diferentes herramientas académicas y tecnologías que usaría Muppler para detectar esos vacíos en el servicio. Con el fin, que la empresa tenga un mejoramiento constante y la experiencia tanto de usuario (músico) y cliente puedan mejorar día a día. Finalmente, se encuentra la selección del proveedor, firma y recompra del contrato, donde se le presenta el portafolio al cliente con todos los servicios disponibles, que se adaptan a sus necesidades y presupuesto, según el caso, se relaciona la experiencia y el tipo de clientes con los que ha trabajado Muppler, se generan unas visitas físicas o envíos de mail con el fin de cerrar la compra. Así, Muppler genera el funnel de ventas.

Figura 6. Funnel Comercial

As	VENTA SOLUCIONES	QUIEN LO HACE	QUE ACCION OFFLINE	QUE ACCION ONLINE	CONSUMO MASIVO
<u>ATENCION</u> <u>Me conoce</u>	<u>Generación oportunidad</u>	TEAM IT Y AREA COMERCIAL SEBASTIAN JUAN CAMILO FABIO ALEJANDRO	habladores	Redes sociales	<u>Conciencia</u>
			volantes	diselo web	
			voz a voz	google adw	
			ferias empresariales	email marketing	
<u>ATENCION</u> <u>Me conoce</u>	<u>Calificación prospecto</u>	AREA MERCADEO JUAN CAMILO FABIO ALEJANDRO	contratos de alianzas con bares , restaurantes, etc	google analytics	<u>Interés</u>
			visitas	formularios	
			llamadas	descarga de leeds	
			promociones para clientes corporativos	opiniones constructivas key words negativas en	
<u>ATRACCION</u> <u>Le gusto</u>	<u>Análisis necesidad</u>	AREA COMERCIAL JUAN CAMILO FABIO ALEJANDRO	asesoria personalizada clientes corporativos	chat	<u>Consideración</u>
			focus group	correos	
			feedback presencial luego de prestar el servicio	redes sociales	
				feedback luego de prestar el servicio	
<u>AVERIGUACIÓN</u> <u>Le respondo</u>	<u>Selección proveedor</u>	AREA COMERCIAL JUAN CAMILO FABIO ALEJANDRO	presentacion de catalogo de promociones enfocadas	referencias en redes sociales videos de eventos pasados apreciados en la pagina web formato de cotizacion para el cliente	<u>Prueba</u>
<u>ACCION</u> <u>Me Compra</u>	<u>Firma contrato</u>	JUAN CAMILO FABIO ALEJANDRO	visita previa	factura electronica	<u>Compra</u>
			pago en efectivo	plan de pagos	
			planes corporativos		
<u>APOLOGÍA</u> <u>Me Recomienda</u>	<u>Recompra contrato</u>	AREA COMERCIAL JUAN CAMILO FABIO ALEJANDRO	encuestas de satisfaccion	horas extra via msn	<u>Recompra</u>
			descuentos por tu primera compra	invitacion a postear evento online ( redes)	
			descuentos por referidos	mensajes personalizados	
				post venta	

Figura 7. Funnel Comercial El funnel o embudo de conversión es un término de Marketing Online que trata de definir los distintos pasos que tiene que dar un usuario para cumplir un objetivo determinado dentro de la web, ya sea un registro, una compra o la generación de un lead.

Fuente: Propia del autor

## 7.4. Modelo y Pasos de Tracción Comercial

Figura 8. Modelo y pasos de tracción comercial

<u>ACCION</u> <u>Me Compra</u>	<u>Firma contrato</u>	AREA COMERCIAL JUAN CAMILO FABIO ALEJANDRO	Venta de servicio adicionales	confirmacion del servicio	<u>Compra</u>
			visita previa	factura electronica	
			pago en efectivo	plan de pagos	
			planes corporativos		
<u>APOLOGÍA</u> <u>Me Recomienda</u>	<u>Recompra contrato</u>	AREA COMERCIAL JUAN CAMILO FABIO ALEJANDRO	encuestas de satisfaccion	horas extra via msn	<u>Recompra</u>
			descuentos por tu primera compra	invitacion a postear evento online ( redes)	
			descuentos por referidos	mensajes personalizados	
				post venta	



**Figura 7. Modelo y pasos de tracción comercial.** La tracción de negocios se refiere al progreso de una empresa nueva y el impulso que gana a medida que el negocio crece. No existe una forma de medir la tracción, sin embargo, las empresas suelen depender de la respuesta del cliente y los ingresos para utilizar como indicadores de su éxito.

Fuente: Propia del autor

En este modelo de tracción se podrá evidenciar los diferentes momentos de interacción que tiene el usuario con Muppler desde, el pre-servicio, servicio, expectativa, experiencia, post-servicio y satisfacción. En cada una de estas fases se detalla el paso a paso que el equipo de Muppler deberá ejecutar para cumplir con las expectativas de experiencia del cliente y la marca.

## **8.Estrategia de Mercadeo y Comunicación**

### **8.1 Propuesta de Valor en Prosa/Manifiesto**

Somos una plataforma digital que revoluciona la forma en la que se contrata música en vivo en Colombia. Conectamos músicos de todo tipo de género con el cliente final de una forma fácil, rápida y segura. Apoyamos el mejor talento de la ciudad para que tengan un crecimiento profesional y se posicionen en la industria musical.

### **8.2 Brief De Marca**

TODO MOMENTO ESPECIAL, TIENE SU PROPIA BANDA SONORA.

Convertimos cada evento social y corporativo en una celebración gracias a la música en vivo. Conectamos músicos emergentes con personas y empresas que quieren vivir un show inolvidable, de alta calidad y accesible, para divertirse, homenajear, amar ¡o simplemente bailar.

¿Qué hacemos?

Ayudamos a los músicos en ascenso a llegar al cliente final de una forma rápida, fácil y segura, promoviendo un intercambio justo entre ambas partes, generando experiencias memorables para el espectador y el artista.

¿Por qué contratarnos para tu evento en una empresa, bar, restaurante u hotel?

Puntualidad: estamos comprometidos con cada negocio, nos aseguramos que todos los acuerdos se cumplan al pie de la letra. Además el precio, beneficiamos con planes personalizados a los negocios tales como bares, hoteles, restaurantes y demás empresas que buscan dar un excelente espectáculo.

¿Por qué contratarnos para tu evento social?

Calidad Contamos con un equipo profesional que responde por ambas partes, el músico y el cliente.

Variedad; Sabemos que cada tipo de evento tiene su propio público, por eso nuestras categorías contemplan todos los estilos musicales.

Precio: Nos aseguramos de que la negociación sea honesta en todos los casos.

Personalización; El cliente manda, nosotros cantamos.

### **8.3 Mensajes Claves**

•Mensajes en post: ¿Necesitas músicos para tu próxima celebración o para un evento en tu empresa?

Solo debes preocuparte por ser el alma de tu fiesta y vivir una experiencia inolvidable. De los músicos nos encargamos nosotros.

- En Facebook e Instagram se hacen publicaciones dirigidas a los dos tipos de clientes de Muppler, Corporativos y personas naturales, Sin embargo, cada post es diferente y la comunicación por este medio es mucho más flexible e interactiva. En estas redes sociales es donde se consumen más contenidos que generan tráfico al sitio como los blogs y mensajes enfocados en ventas.

- En linkedin todas las publicaciones van enfocados exclusivamente a atraer clientes corporativos.

- Por Whatsapp business se hace todo el proceso de compra con el cliente y soporte para cualquier eventualidad que ocurra. Esta red es únicamente administrada por personal de atención al servicio.

- Desde el email de Muppler se escribe de una forma mucho más formal. Desde allí se busca llegar a clientes que no tiene Muppler en ninguno de los canales anteriores y que se sabe van a poder ser captados por este medio. Se incluye la automatización de correos y envíos masivos en función de los servicios.

- Finalmente se encuentran los mensajes que se transmiten físicamente por medio de flyers, material pop, muestras en ferias, tarjetas, etc.

## 8.4 Plan de Mercadeo

Figura 9. Plan de mercadeo

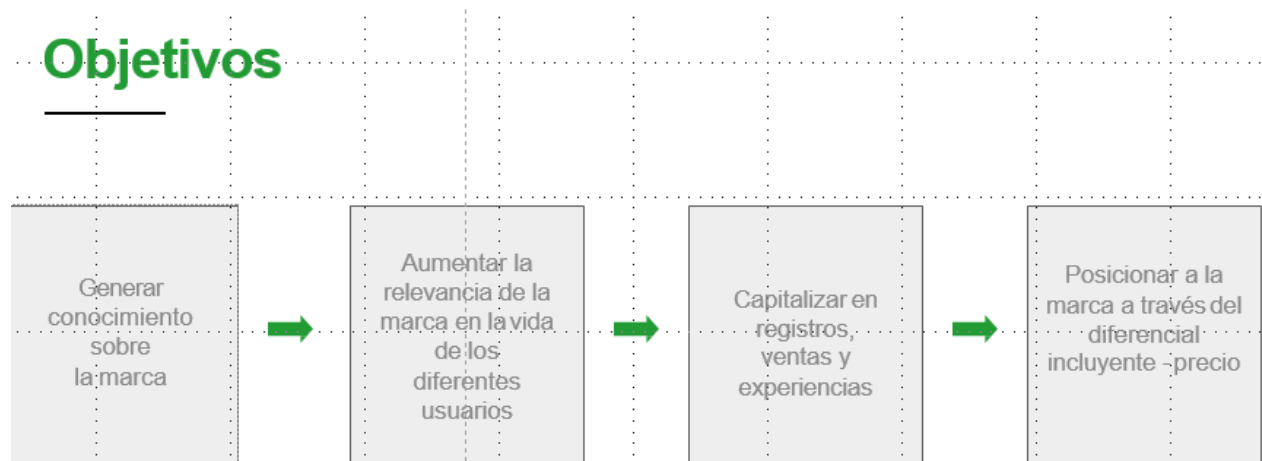


**Figura 8. Plan de mercadeo.** El plan de marketing es un documento que elaboran las empresas a la hora de planificar un trabajo, proyecto o negocio en particular. Por medio del plan de marketing, se plantea la situación actual en forma de análisis los objetivos establecidos por la compañía.

Fuente: Propia del autor

El plan de mercadeo de Muppler se llevará acabo desde el marketing digital en su primera fase. Tiene como objetivo principal dar a conocer la plataforma, marca, aumentar la relevancia del servicio en la vida de los diferentes usuarios, capitalizar en registros y ventas y posicionar a Muppler.

Figura 10. Objetivos de mercadeo



**Figura 9. Objetivos de mercadeo.** El objetivo de la mercadotecnia es identificar las necesidades del consumidor y conceptuarlas, para elaborar un producto y/o servicio que satisfaga las mismas promoviendo el intercambio de los mismos con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio.

Fuente: Propia del autor

### 8.5 KPI de seguimiento comercial

Para hacer seguimiento a la estrategia de marketing utilizamos los dos siguientes indicadores:

- **BAR** (ratio la relación de promoción de la marca), De los que compran cuantos la promocionan (Conciencia de la promoción)
- **PAR** (ratio de acción de compra) Índice que permite ver de los que conocen cuantos compran (conciencia a la acción)
- **INDICADOR BAR CLIENTES**

- Fuente del lead ( verificar por cual canal llego o si fue por recomendación de clientes actuales )
- Numero de compras con código de referido.

#### •INDICADOR BAR MUSICOS

- El músico llego por algún canal de promoción
- El músico llego por alguna campaña de reclutamiento
- Por cliente fijo

#### •INDICADOR PAR CLIENTES

- Número de personas que preguntan información
- Cotizaciones enviadas
- Número de personas que visitan la pág. web
- Interacciones y mensajes directos en redes sociales
- Número de personas que contrataron el servicio

#### •INDICADOR PAR MUSICOS

- Número de artistas que nos siguen en redes sociales
- Número de artistas que interactúan con likes y comentarios
- Número de artistas que pidieron información
- Número de artistas que solicitan crear perfil en la plataforma
- Número de artistas que crean el perfil en la plataforma

## **9. Beneficios para la comunidad**

### **9.1 Desarrollo humano: ¿Cómo el proyecto contribuirá a sus empleados?**

En Bogotá hay miles de músicos que tienen grandes dificultades para darse a conocer. El gremio musical en la ciudad ha llegado a ser desvalorado y muchas veces denigrado.

Además, la gente del común y empresas que quieren música en su evento no encuentran de forma fácil el músico que quieren para su celebración.

Muppler sería el manager virtual de los músicos, le brindara oportunidades de promoción, posicionamiento y aumento de ingresos a los músicos emergentes de la plataforma. Tendrán un crecimiento profesional y su ambiente laboral mejorará significativamente.

Mediante esta plataforma web y app los músicos podrán organizar su perfil con sus últimos videos, canciones, formatos y servicios. Muppler será un nuevo canal de músicos que revolucionara la forma de conectarse con otros artistas para generar un nuevo lazo entre los artistas de esta industria.

Así es como Muppler mejorará el ambiente laboral de los músicos además del aumento de ingresos, la promoción y su posicionamiento de mercado.

## **9.2 Desarrollo económico: ¿Cómo el proyecto contribuirá a la generación de empleo u otros negocios locales?**

Como lo mencionaba anteriormente el gremio musical en Colombia no posee los canales de promoción adecuados para que la población dedicada a esta industria pueda sobresalir y generar ingresos gracias a su talento y dedicación a la música.

Nosotros seremos ese canal en el cual se podrán promocionar y así además de crear empleo les daremos la oportunidad de generar ingresos extra.

Además nuestro asesor comercial sirve de enlace entre el cliente y la empresa. Contamos con los servicios de música en vivo para eventos en una empresa, bar, restaurante u hotel, nos caracteriza la puntualidad, la presentación, la honestidad y los precios para los eventos. Estableceremos alianzas mensuales con clientes corporativos además de ayudar con las operaciones logísticas en los eventos, cuando sea necesario. Con lo cual solucionaríamos el problema que tienen estos establecimientos a la hora de contratar música en vivo.

### 9.3 Desarrollo colectivo: ¿Cómo el proyecto generará beneficios a la comunidad?

Según la UNESCO Bogotá es “la ciudad de la música”. En Bogotá la música en vivo representa el 74% del recaudo general en la industria cultural. Y según encuestas a clientes corporativos el 60% dijeron que si contratarían música en vivo mediante una plataforma móvil.

Esta industria genera más de 10.000 empleos en la capital colombiana, Muppler revolucionaria este sector, ya que muchos de los artistas que no tienen los recursos para promocionarse y trabajar con el fin de generar ingresos extra para su sustento diario podrían unirse a nuestra plataforma. Siendo así se daría como resultado la nueva creación de empleos y oportunidades laborales para esta industria en la cual destacarse y mostrar su talento llega a ser muy complicado. No debemos dejar a un lado el beneficio que traerá el hecho de trabajar en esta plataforma ya que se mejorara un 100% el ambiente laboral del músico colombiano.

## 10 . Bibliografía

Camara de Comercio de Bogotá. (Noviembre de 2017). *Los espectáculos de música representan el 89 % de los eventos en vivo que se realizan en Bogotá*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias>

EL Espectador. (16 de Agosto de 2019). *Turismo de reuniones, un segmento que crece en Colombia*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/especiales/mundo-destinos/turismo-de-reuniones-un-segmento-que-crece-en-colombia-articulo-876394>

Instituto Distrital de Turismo/Observatorio de Turismo. (2018). *Estudio: Censo de establecimientos de alojamiento y hospedaje del 2018*. Bogotá D.C.: Alcaldía Mayor de Bogotá.

Secretaría del Hábitat. (2019). *Habitát en Cifras en las Localidades*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.

Secretaría Distrital de planeación. (2014). *Caracterización Socio-económica Encuesta SISBEN*. Bogotá D.C.: Alcaldía Mayor De Bogotá.

UNESCO. (16 de Marzo de 2012). *Bogotá, nueva Ciudad de la Música de la UNESCO*. *Obtenido de* [http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/bogota\\_designated\\_as\\_unesco\\_city\\_of\\_music/](http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/bogota_designated_as_unesco_city_of_music/)