Coordinación Nacional de Emprendimiento, Dirección de Empleo y Trabajo **(2026)**

ID Proyecto	118568
Convocatoria a la que postula la iniciativa	153 - 1C / Multisectorial
Fecha de diligenciamiento	lunes, 23 de marzo de 2026

INICIATIVA PRODUCTIVA, UNIDAD PRODUCTIVA, UNIDAD ECONÓMICA, MODELO O PLAN DE NEGOCIO A FORTALECER

NOMBRES Y APELLIDOS DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA INICIATIVA FORMALMENTE REGISTRADA	TIPO DE DOCUMENTO	NÚMERO
YEISON ERNESTO GOMEZ ESCOBAR	CC	1.105.611.941

NOMBRE DE LA INICIATIVA FORMALMENTE REGISTRADA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
ECO MUSIC SOUND SAS	Tolima	Ibagué

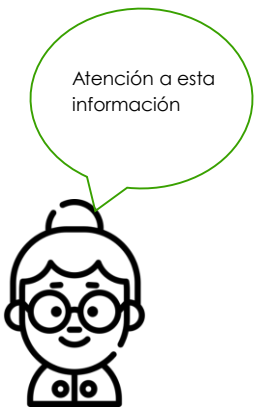
INDIQUE EL TIPO DE REGISTRO FORMAL DE LA INICIATIVA	En caso de haber seleccionado Otra en el elemento anterior indique Cual	NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT) con dígito de verificación
SAS		901256971-4

Si elige la categoría **CAMPESINOS** desplegará **únicamente los sectores y** las actividades permitidas para la Economía Campesina de acuerdo a los indicado en los términos de referencia de cada convocatoria
Si elige la categoría **TODOS LOS SECTORES** desplegará **todos los sectores y actividades** económicas vigentes, las cuales también aplican para **Economía Popular.**
La elección de la categoría dependerá del autorreconocimiento o caracterización del representante legal y el grupo asociativo (en caso que aplique) y de la focalización que disponga la Convocatoria a la que desee postularse.

CATEGORÍA DEL SECTOR ECONÓMICO DE LA INICIATIVA	SECTOR (Previamente seleccione la categoría)	ACTIVIDAD ECONÓMICA (Previamente seleccione el sector)
TODOS_LOS_SECTORES	ACTIVIDADES_DE_SERVICIOS_ADMINISTRATIVOS_Y_DE_APOYO	8230 Organización de convenciones y eventos comerciales

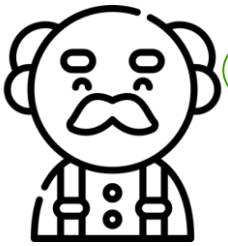
Tipo de Iniciativa	Individual	Registrar en la hoja "Integrantes iniciativa" el total de integrantes, los cuales se verán reflejados acá una vez se hayan diligenciado	1

¿Cuenta con un lugar de operaciones? SI



Para desarrollar su iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio debe contar con un lugar de operaciones. **Si llega a ser beneficiario de los recursos del Fondo Emprender, en el momento de la firma del Acta de inicio, se debe evidenciar la gestión del sitio de operaciones;** para este caso, se solicita que, se presente uso de suelos donde se va a realizar la actividad económica y el certificado de tradición donde se demuestre la sana posesión del inmueble o certificación de la sana posesión(Alcaldía). Si el predio está en sucesión se recomienda haber iniciado el proceso o iniciarlo y que se cuente con la autorización de todos los involucrados.
El plazo máximo será no mayor a un mes de la suscripción del acta de inicio del contrato de cooperación para estos documentos. En caso de superar este plazo, el contrato de cooperación empresarial se terminará unilateralmente, por lo que es fundamental prever el lugar de operaciones de su iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio desde este momento, la formulación del plan de inversión.

Al tomar la decisión de **fortalecer** una iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio es importante tener clara la información de ¿Qué queremos hacer? ¿Cómo lo vamos a hacer? ¿Cuál será el impacto? ¿Cómo vamos a crecer? entre otros. Con el acompañamiento del SENA, vamos a orientarlo para que describa los elementos a fortalecer en su iniciativa productiva



Usted(es) podrán exponer acá su iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio para FORTALECER. Siga atentamente las indicaciones en cada elemento.
DILIGENCIE ÚNICAMENTE LAS CELDAS SOMBREADAS EN GRIS.

INSTRUCCIONES GENERALES:
Para el diligenciamiento de esta herramienta, se debe tener el acompañamiento del Centro de Desarrollo Empresarial del SENA más cercano, donde un profesional le guiarán en la construcción del plan de inversión y el diligenciamiento de esta herramienta.
Diligenciar solamente las celdas sombreadas en gris. Se solicita mantener la estructura original de la herramienta, sin realizar cambios en las columnas, pestañas, fórmulas, formatos de celdas o cualquier otro elemento que afecte su integridad.

1. RESUMEN EJECUTIVO (Nuestra iniciativa en resumen)

Presente de forma breve la iniciativa que se quiere fortalecer, cuente una breve historia, mencionando cómo y cuándo nació la iniciativa y los logros más importantes en su camino. Señale la ubicación, explicando dónde funciona y qué ventajas tiene, como cercanía a clientes o proveedores. Luego describa la actividad principal, los productos o servicios que produce o presta actualmente, qué los hace diferentes y por qué los clientes los eligen.
Explique el propósito de la inversión a solicitarse, porque se toma esta decisión y que beneficios traería en términos de mercado, recurso humano, proceso técnico, impacto en la comunidad.

ECO MUSIC SOUND S.A.S. es una empresa colombiana dedicada a la producción de audio, desarrollo de experiencias musicales y realización de espectáculos en vivo. La organización nace en la ciudad de Ibagué, Tolima, como una iniciativa orientada a fortalecer las industrias creativas y culturales de la región, apoyando el desarrollo de artistas, marcas y organizaciones a través de soluciones profesionales en producción musical, eventos y comunicación sonora.
Con más de 15 años de experiencia, ECO MUSIC SOUND se ha consolidado como una empresa referente en la región, participando en proyectos musicales, festivales culturales, eventos corporativos y producciones discográficas. A lo largo de su trayectoria ha recibido diferentes reconocimientos y participaciones destacadas, entre ellos el apoyo del Ministerio de Cultura, becas del Programa Nacional de Estímulos, el reconocimiento del Fondo Emprender del SENA, así como participaciones en mercados culturales nacionales e internacionales como BIME Bogotá y WOMEX Lisboa y A Coruña. Estos logros reflejan la capacidad de la organización para generar impacto cultural, empresarial y creativo.
La empresa se encuentra ubicada en Ibagué, Tolima, ciudad reconocida como Ciudad Musical de Colombia, lo que representa una ventaja estratégica al estar en un entorno con alto desarrollo artístico, cultural y educativo. Esta ubicación permite una cercanía directa con artistas, productores, instituciones culturales, empresas y organizaciones que demandan servicios de producción musical, eventos y experiencias sonoras.
La actividad principal de ECO MUSIC SOUND consiste en el desarrollo de soluciones integrales en producción musical, producción técnica de eventos, música publicitaria, asesoría artística y experiencias sonoras para empresas y organizaciones. Dentro de su portafolio se destacan servicios como:

Producción de álbumes y grabaciones musicales

Producción técnica de eventos en vivo

Música publicitaria y branding sonoro

Asesoría para artistas y proyectos musicales

Diseño de experiencias musicales para marcas y eventos corporativos

Los principales clientes de la empresa incluyen artistas independientes, agrupaciones musicales, instituciones culturales, empresas privadas, marcas y organizaciones que buscan conectar con sus audiencias a través de experiencias creativas y sonoras. Estos clientes valoran la calidad técnica, la creatividad, la innovación y la

Frente al representante legal de la iniciativa: Describan quien es, sus cualidades, cuál es su experiencia, qué tareas tendrá a cargo y ¿por qué lo eligieron para esta responsabilidad?

Yeison Ernesto Gómez Escobar es un profesional con formación en música, producción de audio y gestión cultural, con experiencia en la dirección de proyectos musicales y culturales a nivel local e internacional. Se destaca por su liderazgo, visión estratégica y compromiso con el desarrollo de la industria creativa, lo que lo posiciona como un actor clave en el ecosistema musical.

Como representante legal, estará encargado de la dirección general del proyecto, la toma de decisiones estratégicas, la gestión de recursos y la generación de alianzas. Fue elegido por su trayectoria, experiencia en convocatorias culturales y capacidad para liderar procesos que garanticen el crecimiento y la sostenibilidad de la iniciativa.

Diligenciar únicamente para postulaciones de grupos asociativos registrados formalmente

En caso de ser una postulación de un grupo asociativo registrado formalmente,¿Cuál es ese objetivo común del grupo asociativo? ¿Por qué es importante trabajar en conjunto para lograr ese objetivo común?

¿Cuál es el impacto que tendrá el grupo asociativo en la comunidad donde estará ubicada la iniciativa? (Aquí deben contar qué beneficios concretos traerá el grupo para la comunidad. Pueden pensar en cosas que se puedan medir (cuántos empleos, cuántas familias ganan ingresos, cuánto producen o venden) y también en lo social: cómo el grupo une a la gente, fortalece la confianza, la solidaridad y ayuda a resolver necesidades del lugar)

Describa la trayectoria (si la hay) como grupo asociativo dando respuesta principalmente a estos interrogantes:
¿Qué actividad productiva vienen realizando juntos? ¿Hace cuánto?
¿Tienen un espacio físico compartido para trabajar (predio, local, taller, galpón, parcela)? ¿Cómo se coordinan para producir o prestar el servicio día a día? ¿Alguna institución pública o privada del municipio los conoce y puede referenciarlos?

Cómo se tomarán las decisiones y se realizará la gestión de los recursos

Indicar las principales responsabilidades que tiene el grupo asociativo

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO (Quiénes somos y qué hacemos)

Presente la iniciativa que van a fortalecer, indicando el tipo de iniciativa que es, en que consiste y cuál es su actividad principal. También se explica la misión (el propósito o razón de ser de la organización) y la visión (el sueño o meta a futuro), comentar acerca de la experiencia y aspectos que se quieran resaltar de la iniciativa

ECO MUSIC SOUND S.A.S. es una empresa colombiana dedicada a la producción de audio, la producción técnica de espectáculos en vivo y el desarrollo de experiencias musicales y audiovisuales para artistas, empresas e instituciones culturales. La organización tiene su sede en la ciudad de Ibagué, Tolima, reconocida como la Ciudad Musical de Colombia, lo que le permite operar en un entorno con una fuerte tradición artística y cultural, así como con una amplia red de músicos, creadores y organizaciones del sector creativo.
La empresa cuenta con más de 15 años de experiencia en la región, consolidándose como un actor importante dentro del ecosistema cultural y musical. A lo largo de su trayectoria ha desarrollado proyectos relacionados con la producción de álbumes musicales, música publicitaria, producción técnica de eventos en vivo, asesoría para artistas, transmisión en streaming y equipamiento técnico para espectáculos. Este recorrido le ha permitido construir una reputación sólida basada en la calidad técnica, la creatividad y la capacidad de gestionar proyectos culturales y musicales de alto impacto.

Misión
La misión de ECO MUSIC SOUND S.A.S. es impulsar el desarrollo de las industrias creativas y culturales mediante la producción profesional de audio, eventos y experiencias musicales, brindando soluciones innovadoras que fortalezcan el talento artístico, la identidad cultural y la conexión entre artistas, empresas y audiencias.

Visión
La visión de la empresa es consolidarse como una organización líder en producción musical y experiencias sonoras en Colombia, reconocida por su aporte al desarrollo cultural, la innovación en la producción de eventos y su capacidad para conectar el arte con el sector empresarial y la economía creativa.

Experiencia y trayectoria
Durante su trayectoria, ECO MUSIC SOUND ha logrado importantes reconocimientos y participaciones en programas de fortalecimiento del sector cultural, entre los que se destacan:

Participación en ruedas de negocio del Ministerio de Cultura – Mercado Cultural de Medellín Circulart (2011).

Participación en el Taller Red Juvenil de Intercambio Creativo y Producción Artística en Minca (2014).

Becas del Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de Cultura (2015).

¿Qué avances se han realizado hasta el momento con la iniciativa?

Indique el tiempo de antigüedad de la iniciativa	ECO MUSIC SOUND cuenta con una trayectoria de 15 años consolidada desde su creación, en 2019 se consolido como SAS gracias al programa Fondo Emprender desarrollando actividades en producción musical, eventos en vivo y asesoría artística. Durante este tiempo ha fortalecido su presencia en Ibagué como actor del ecosistema creativo. Ha participado en proyectos culturales y convocatorias que han impulsado su crecimiento. La iniciativa ha evolucionado hacia un enfoque más empresarial y sostenible. Actualmente se encuentra en etapa de fortalecimiento y expansión de servicios.
Legal	La empresa se encuentra legalmente constituida como persona jurídica, con registro mercantil vigente. Cuenta con representación legal definida y estructura administrativa básica. Ha participado en procesos formales como convocatorias públicas y contratos. Maneja documentación contable y financiera organizada.
Comercial	ECO MUSIC SOUND ha desarrollado una oferta clara de servicios en producción musical, eventos y asesorías. Cuenta con presencia activa en redes sociales y canales digitales. Ha trabajado con artistas locales y clientes institucionales. Implementa estrategias de promoción digital y voz a voz. Actualmente busca fortalecer su estrategia comercial y aumentar su alcance.
Técnico	Dispone de infraestructura técnica para producción musical y eventos en vivo. Cuenta con equipos de grabación, mezcla y sonido profesional. Tiene un equipo humano con experiencia en producción técnica y artística. Ha ejecutado múltiples proyectos musicales y eventos
Ambiental	Ha incorporado prácticas básicas de sostenibilidad en sus eventos y operaciones. Participa en proyectos culturales con enfoque ambiental. Promueve el uso responsable de recursos en sus actividades. Ha trabajado en iniciativas con impacto social y territorial. Ha obtenido dos premios de convocatorias del British council de la convocatoria "Cultura Circular" por aplicar practicas sostenibles en festivales musicales.
Ventas	Ha generado ingresos a través de servicios de producción, eventos y asesorías. Cuenta con una base de clientes en crecimiento. Ha validado su modelo de negocio en el mercado local. Maneja ventas principalmente por canales directos y digitales. Actualmente busca aumentar sus ventas y mejorar su rentabilidad.



En este espacio puede colocar enlaces de redes sociales, páginas web, información de clientes o demás que considere que evidencien el avance de la iniciativa propuesta

Enlaces Oficiales y Portafolio
Sitio Web Oficial: Familia Eco. Aquí puedes ver los servicios de producción musical, reserva de salas de ensayo y su línea de Booking Artístico.
https://familiaeco.com/

YouTube: Canal de Eco Music Sound. Incluye las "ECOLIVE Cumbre Sessions", donde muestran la calidad de grabación en vivo de bandas regionales.

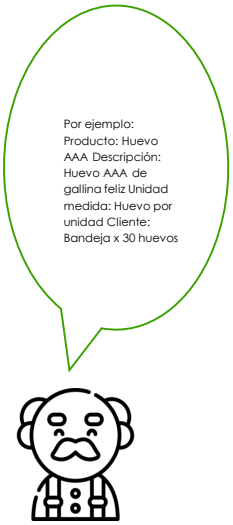
Instagram: @ecomusicsound. Su red principal para ver el día a día en el estudio y los eventos que producen (como la plataforma Disonarte).

https://www.instagram.com/ecomusicsound/

Clientes:
https://disonarte.com/quienes-somos/
https://www.facebook.com/FestivalDespensaAgricola

Relacione y describa los productos o servicios de la iniciativa. Descríbalos, indique cual es la unidad de medida (Libras, Kilos...), presentación. Agrúpelos en únicamente tres (3) productos o servicios.

Nombre del producto o servicio	Descripción	Unidad de medida	Unidad de presentación al cliente
Producción musical	Servicio integral de creación y desarrollo de canciones que incluye grabación, edición, mezcla y acompañamiento artístico. Se trabaja de la mano con el cliente para lograr un resultado profesional acorde a su estilo musical. Está dirigido a artistas emergentes y proyectos musicales en crecimiento.	número de canciones	Canción
Producción de eventos	Planeación y ejecución técnica de eventos, incluyendo sonido, logística y operación en vivo. Se garantiza calidad, cumplimiento y adaptación a diferentes tipos de eventos corporativos y culturales. El servicio se ajusta a las necesidades específicas de cada cliente y tipo de actividad.	Evento organizado	Evento
Alquiler de equipos	Servicio de alquiler de equipos de sonido profesional para eventos y actividades. Incluye instalación, operación técnica y soporte durante el evento. Se ofrece según los requerimientos del cliente y el tipo de espacio donde se realizará la actividad.	Global	Equipo alquilado



Señale cuál es la ventaja que tiene frente a otros productos o servicios que ya existen en el mercado. Describa ese detalle especial, único o distinto que le agrega a sus producto o servicios y que hace que el cliente lo prefiera, ya sea por su calidad, el precio justo, la forma en que se produce, el cuidado con que se entrega o cualquier otro aspecto que lo haga sobresalir, mejor que la competencia.

ECO MUSIC SOUND se diferencia en el mercado por ofrecer servicios de alta calidad técnica y artística a un precio accesible, lo que permite que más artistas y clientes accedan a procesos profesionales sin incurrir en costos elevados. A diferencia de otros proveedores que compiten principalmente por precio o por volumen, la iniciativa equilibra estándares de calidad en producción, acompañamiento personalizado y resultados finales, manteniendo tarifas justas acordes al contexto local.

Además, se destaca por su enfoque integral, que no solo ofrece un servicio técnico, sino también asesoría y acompañamiento en el desarrollo artístico, lo que genera mayor valor para el cliente. Este compromiso con la calidad, el detalle en la entrega y la cercanía en el proceso hace que los usuarios prefieran sus servicios, consolidando una propuesta competitiva basada en confianza, profesionalismo y accesibilidad.

Si la actividad lo exige ¿Cuáles son las normas, permisos, registros, licencias, notificaciones, requeridos para funcionar, con las que ya cuenta y las que requiere? **Descríbalas detalladamente**. Es fundamental todo el proceso de investigación y conocimiento que se tenga de los requerimientos legales, normativos, permisos, licencias y demás que se requieran de la actividad productiva de su iniciativa.

Norma, Permiso, Licencia, Registro a cumplir	Descripción detallada del trámite	Costo ($)	Tiempo requerido (Días)	Estado

Camara de comercio	Registro mercantil que acredita la existencia legal de la empresa y permite el desarrollo de actividades comerciales relacionadas con producción musical, eventos y servicios creativos	$ 600.000	1	Ya se cuenta con el trámite
RUT	Registro Único Tributario que permite la identificación tributaria de la empresa ante la DIAN, necesario para facturación electrónica y cumplimiento de obligaciones fiscales.	$ 0	1	Ya se cuenta con el trámite
CERTIFICADO BANCARIO	Documento emitido por una entidad financiera que certifica la titularidad de la cuenta bancaria de la empresa, necesario para recibir pagos de clientes y entidades.	$ 0	1	Ya se cuenta con el trámite
Uso de Suelo	Concepto de Uso de Suelo: certificado emitido por Planeación Municipal que autoriza la actividad industrial/comercial en la ubicación actual.	$ 0	1	Ya se cuenta con el trámite
Sayco y acinpro	Para cada festival o evento corporativo en el que la empresa sea la organizadora responsable, debe tramitar la licencia de uso de música. Este valor varia según el evento, el aforo y la boleteria.	$ 0	1	Ya se cuenta con el trámite
Registro de Marca (SIC)	Se cuenta con registro de marca a nombre de Ecomusic Sound	$ 0	0	Ya se cuenta con el trámite
Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)	Se cuenta con el manual SG-SST según la Resolución 0312 de 2019, asegurando la protección del equipo humano frente a riesgos químicos y ergonómicos. Actualizado para este año	$ 0	0	Ya se cuenta con el trámite
TOTAL		$ 600.000		

Finalmente, señale las principales ventajas y desventajas de la iniciativa, y si se quiere, se puede describir como un análisis DOFA para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, destacando especialmente las oportunidades que pueden aprovecharse para crecer.

Análisis DOFA

Fortalezas

Más de 15 años de experiencia en producción musical y eventos.

Reconocimiento en programas nacionales e internacionales.

Equipo técnico con experiencia en producción artística y cultural.

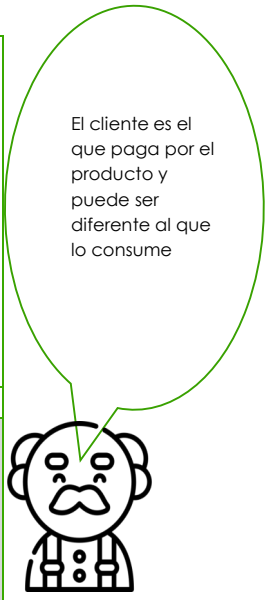
Ubicación estratégica en Ibagué, ciudad musical de Colombia.

Debilidades

3. ANÁLISIS DE MERCADO Y COMPETENCIA (A quién vendemos y quién más ofrece lo mismo o parecido)

En este punto contamos cómo es el mercado donde vendemos: cuánta gente puede comprar, qué grupos son los principales clientes y qué cambios o tendencias vemos en la zona. Además, describimos quién es nuestro cliente: su edad, dónde vive, cómo compra, qué necesita y qué busca cuando nos compra.

CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR	**CUALIDADES DEL CLIENTE O CONSUMIDOR**
En este espacio describa las características del cliente o consumidor que comprará su producto o servicio. Indique dónde vive (región, sector (sector urbano, rural), vereda, municipio o ciudad), su estrato socieconómico, rango de edad y género. Explique su capacidad de compra o nivel de ingresos, es decir, si tiene los ingresos suficientes y la frecuencia para poder pagar por el producto o servicio. Señale si trabaja y en qué, su estado civil, la estructura familar, si tiene hijos y si vive en casa propia o en arriendo. También describa sus hábitos de consumo, como cada cuánto compra, qué cantidad consume y qué prefiere al momento de elegir. Incluya cifras o estadísticas que ayuden a mostrar mejor este perfil. Indique el tamaño del mercado desde lo general a lo particular con los criterios que se consideraron para su determinación.	En este espacio debe describir con detalle cómo es su cliente en cuanto a gustos y preferencias. Mencione qué cosas le gustan, qué le da miedo, qué lo hace feliz y cuáles es su estilo de vida, actividades que realiza, intereses, opiniones, personalidad, ventajas deseadas del producto, usos que da al producto, ocasiones en que lo compra, frecuencia de compra, cantidad de compra, medios de pago (efectivo, transferencia, crédito), valores y creencias. También puede contar qué le gusta comer, si disfruta viajar u otras actividades que hagan parte de su vida. La idea es conocer al cliente como a un familiar cercano, entendiendo sus costumbres, motivaciones y forma de vivir, para saber mejor cómo ofrecerle el producto o servicio.



CLIENTE

El cliente objetivo de ECO Music Sound en esta línea de servicio corresponde al segmento B2B institucional y corporativo, conformado por empresas privadas, entidades públicas, organizaciones culturales y agencias de comunicación ubicadas principalmente en Ibagué y el departamento del Tolima, con alcance regional. Estas organizaciones demandan servicios de producción sonora (cuñas publicitarias, piezas institucionales) y soluciones técnicas para eventos (alquiler de sonido y operación técnica), dentro de sus estrategias de comunicación, posicionamiento de marca y ejecución de actividades corporativas. Se caracterizan por contar con presupuestos definidos para comunicación y eventos, con capacidad de pago media y alta, y procesos formales de contratación (cotización, orden de servicio, facturación electrónica). La toma de decisión suele estar en áreas como comunicaciones, mercadeo, talento humano o contratación, y su frecuencia de compra está asociada a campañas institucionales, eventos corporativos, activaciones de marca y actividades culturales, generando oportunidades de contratación recurrente durante el año. Este segmento busca proveedores confiables, con experiencia comprobada, cumplimiento técnico y capacidad de respuesta.	El cliente institucional de ECO Music Sound se caracteriza por ser altamente orientado a resultados, cumplimiento y calidad, valorando proveedores que ofrezcan soluciones integrales, acompañamiento técnico y capacidad de adaptación a diferentes contextos de ejecución. Sus decisiones de compra están influenciadas por factores como experiencia previa, reputación, portafolio de servicios, cumplimiento en tiempos y formalidad en los procesos administrativos. Prefieren aliados estratégicos que entiendan sus necesidades de comunicación y aporten valor más allá del servicio técnico, incluyendo asesoría en producción sonora y ejecución de eventos. Su comportamiento de compra es planificado, con cronogramas definidos y requerimientos claros, priorizando medios de pago formales como transferencia bancaria y procesos de facturación electrónica. Además, buscan relaciones a mediano y largo plazo con proveedores que garanticen consistencia, confianza y respaldo en cada proyecto, lo que convierte la fidelización en un factor clave dentro del modelo de negocio.

CONSUMIDOR

El cliente de ECO Music Sound corresponde principalmente a artistas independientes, músicos emergentes, cantantes, creadores de contenido y proyectos musicales en desarrollo, ubicados en Ibagué, el Tolima y otras ciudades del país. Este público se encuentra generalmente en un rango de edad entre los 18 y 35 años, con alto interés en la creación musical, el desarrollo artístico y la producción de contenido digital. Se trata de personas con ingresos variables, en su mayoría estudiantes, trabajadores independientes o artistas en etapa de crecimiento, que destinan parte de sus recursos a invertir en su proyecto musical. Su capacidad de pago es media, por lo que valoran opciones accesibles y	Se caracteriza por ser emocional, creativo y altamente influenciado por la percepción de calidad y experiencia, valorando espacios donde se sienta cómodo, escuchado y respaldado en su proceso artístico. Sus decisiones de compra están motivadas por factores como la calidad del sonido, la estética del estudio, el trato recibido, el portafolio de trabajos previos y la conexión con el productor musical. Este tipo de cliente suele descubrir los servicios a través de redes sociales como Instagram y TikTok, y prefiere una comunicación cercana y rápida mediante WhatsApp. Busca no solo grabar una canción, sino vivir una experiencia que fortalezca su identidad como artista. En cuanto a

paquetes de servicios que se ajusten a su presupuesto. La frecuencia de compra depende de sus proyectos musicales, como lanzamientos de sencillos o contenido para redes sociales. Este segmento busca estudios de grabación que les brinden no solo el servicio técnico, sino también acompañamiento en su proceso creativo y artístico.	pagos, prefiere métodos digitales como Nequi, Daviplata o transferencias, y responde positivamente a promociones, paquetes o facilidades de pago. Además, tiende a generar fidelización cuando recibe un buen resultado y una experiencia positiva, convirtiéndose en promotor del servicio a través del voz a voz y redes sociales.

Identifique tres (3) competidores, que pueden ser personas, organizaciones o asociaciones que venden lo mismo o algo parecido, y explicamos qué hacen y cómo trabajan. También decimos cómo se ubica nuestra organización o asociación frente a ellos y qué nos hace diferentes, como la calidad, el precio justo, lo natural o lo artesanal de los productos.

Nombre del competidor	Localización geográfica (Departamento, Municipio)	Producto o Servicio	Precio (Solo colocar valor $)	Ventajas del competidor comparado con la iniciativa que se postula	Desventajas del competidor comparado con la iniciativa que se postula
One Soul Studio	Ibague,Tolima	Grabación y producción musical en estudio	$ 1.200.000	Especialización en producción musical urbana y enfoque directo en artistas independientes.	Portafolio limitado a servicios de estudio, no integra eventos, asesoría artística ni servicios complementarios
Leon Graficas	Ibague,Tolima	sonido y logística para eventos	$ 5.000.000	Ofrece servicios integrales en diseño visual y logística de eventos, lo que le permite atender necesidades completas de imagen y producción.	No cuenta con especialización en producción musical ni estudio de grabación profesional enfocado en artistas.
Decibel Produccion de eventos	Ibague,Tolima	Alquiler de sonido, logística y producción técnica de eventos	$ 7.000.000	Alta experiencia en montaje técnico y operación de eventos en vivo, con capacidad para eventos de mayor escala	Enfoque únicamente en eventos, no ofrece servicios de producción musical, grabación ni acompañamiento artístico.

Conclusión: Según lo analizado, ¿Cuál considera que son esas ventajas competitivas que tiene la iniciativa a postularse frente a la competencia?

Según el análisis realizado, ECO Music Sound presenta una ventaja competitiva clara frente a sus competidores al ofrecer un modelo integral dentro del ecosistema musical, combinando en un solo lugar servicios de grabación, producción musical, asesoría artística y producción técnica de eventos. A diferencia de otras empresas que se especializan en un solo servicio, ECO brinda un acompañamiento completo al cliente, desde la creación de la idea hasta su ejecución y difusión, lo que genera mayor valor agregado. Además, se destaca por su enfoque en artistas emergentes, ofreciendo calidad profesional a precios accesibles, junto con una atención personalizada que fortalece la relación con sus clientes. Su estrategia de captación a través de redes sociales y el voz a voz, sumado a su experiencia en el sector cultural y musical de la región, le permite posicionarse como una opción confiable, versátil y competitiva en el mercado local.

4. PLAN DE MARKETING Y VENTAS (Cómo vendemos y damos a conocer nuestros productos)

¿De que forma los clientes saben de sus productos o servicios? Indique los canales para comunicar su producto a la comunidad. Aquí describan como venden sus productos: Ejemplo: puede ser en la finca, en la plaza, en ferias o por pedidos con clientes conocidos. Para darse a conocer se usa el voz a voz, carteles, WhatsApp o participan en eventos de la comunidad. A veces hacen promociones, dan a probar degustaciones, hacen descuentos o regalan algo pequeño para motivar la compra. Entregan directo en la finca, en el mercado o con alguien de la iniciativa que reparte. Los pagos los recibimos en efectivo, por transferencia, con Nequi o Daviplata; en algunos casos damos crédito o fiamos, pero siempre con acuerdos claros para que la iniciativa controle los cobros.



La estrategia de comercialización de ECO Music Sound integra un modelo omnicanal que combina acciones digitales (online) y tácticas de posicionamiento físico (offline). En el ecosistema digital, mantenemos una gestión activa de comunidades en plataformas de alto impacto como TikTok, Instagram, Facebook, YouTube y LinkedIn, con una frecuencia de publicación de cinco días a la semana bajo la supervisión de un Community Manager. Esta presencia orgánica se potencia con un ecosistema de pauta paga en Meta Ads y Google Ads, optimizando el presupuesto para captación de leads. Complementamos la retención y conversión mediante herramientas de email marketing y remarketing, utilizando plataformas de envío masivo para mantener el engagement con nuestra base de datos de artistas y aliados.

En el ámbito offline, fortalecemos nuestra visibilidad mediante la participación en eventos clave del ecosistema musical regional, como festivales, ferias y algunos mercados musicales a los que tengamos acceso, y alianzas estratégicas con academias de arte y universidades. Asimismo, pautamos en medios locales especializados y ejecutamos tácticas de marketing de guerrilla (tales como la instalación de estaciones de escucha itinerantes en zonas universitarias, intervenciones sonoras en espacios públicos y el uso de códigos QR estratégicos en puntos de afluencia cultural para la descarga de muestras de producción) junto con material POP, garantizando que el reconocimiento de marca se traslade del entorno digital a la experiencia directa en nuestro estudio.

Ahora regístre las acciones puntuales en estos espacios costeando su valor para el Año 1 de ejecución de los recursos

Estrategia de comunicación Indique la acción (Ejemplo: Página Web, Tarjetas, Pendones, entre otros)	Cuánto vale para el primer año (Si diligenció alguna acción a realizar, debe asignarle valor aquí)
Pauta Digital y Contenido Multiformato	$ 2.400.000
Email Marketing y Remarketing	$ 600.000
Marketing de guerrila y material pop	$ 800.000
TOTAL	**$ 3.800.000**

Marque con X únicamente las actividades que realizará en su organización

Estrategia de promoción	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en $) (Si diligenció alguna actividad a realizar, debe asignarle valor aquí)
Entrega puerta a puerta			
Muestra del producto			
Otra	X	Estrategia digital basada en redes sociales y WhatsApp: atención de leads, agendamiento de citas al estudio	$ 2.000.000
Ninguna			
Total			**$ 2.000.000**

Canales de distribución	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en $) (Si diligenció alguna actividad a realizar, debe asignarle valor aquí)
Punto de venta	X	Music Sound, que incluye grabación, mezcla, masterización. La entrega de productos fonográficos finales se realiza mediante repositorios en la	$ 0
A domicilio	x	Realizamos montajes tecnicos en los lugares que el cliete lo requiera.	$ 0
Con distribuidores			
Otro			
Total			**$ 0**

5. FLUJO DE PRODUCCIÓN Y REQUISITOS DE PERSONAL (Cómo hacemos el producto o servicio y con qué personas)

FLUJO DE PRODUCCIÓN

Explique de forma clara cómo se hace su producto o se presta el servicio, paso a paso desde el inicio hasta la entrega al cliente (por ejemplo: preparar el terreno o el lugar, comprar insumos, producir/sembrar, cuidar y controlar plagas, cosechar o elaborar, seleccionar, empacar, almacenar y transportar; en servicios: recibir al cliente, hacer la atención, revisar calidad y cobrar). Escriba cada actividad tal como ocurre, diciendo quién la hace, con qué herramienta o equipo y cuánto tiempo tarda; si aplica, mencione en qué épocas del año se realiza (temporadas). No olvide contar lo que lo hace diferente, como usar insumos amigables con el ambiente (fungicidas o controladores biológicos), buenas prácticas (ahorro de agua y energía, manejo de residuos), empaques retornables o recetas/procesos propios. Si corresponde, incluya medidas de higiene y seguridad que aplica en el proceso.



En el siguiente cuadro colocar la información solicitada en las casillas en gris, del producto o servicio 1 descrito anteriormente

Producción musical			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Recepción del cliente y asesoría inicial. Se atiende al artista, se identifican sus necesidades musicales, género, referencias y objetivos del proyecto. Se agenda sesión de trabajo.	1 HORA	Celular y computador	Community manager
Planeación del proyecto musical. Se define estructura de la canción, tipo de producción, tiempos de grabación y estilo sonoro. Se organiza el cronograma de trabajo.	1-4 HORAS	Celular y computador	Productor musical
Grabación en estudio. Se realiza la captura de voces e instrumentos en cabina, cuidando calidad de audio, interpretación y dirección artística.	6-10 HORAS	Estudio de grabacion	Productor musical e ingeniero de sonido
Edición y mezcla. Se ajustan las pistas grabadas, afinación de voces, limpieza de audio, balance de niveles y efectos para lograr un sonido profesional.	4-6 HORAS	Estudio de grabacion	Productor musical
Masterización y entrega final. Se optimiza el audio para su distribución digital, se realizan ajustes finales y se entrega el producto al cliente en formato digital.	1-2 HORAS	Estudio de grabacion	Productor musical

CAPACIDAD INSTALADA PRODUCTO O SERVICIO 1:

Es el cálculo de la cantidad máxima que se puede producir o atender del **producto o servicio 1**, con lo que tiene disponible, teniendo en cuenta sus herramientas, el tiempo de trabajo y el apoyo de las personas que participan en la actividad. No se calcula por persona, sino por **todo lo que el negocio puede producir o atender en conjunto.**

Producción o servicios por hora (Número)	Horas de trabajo día	Días de trabajo en el mes	Total unidades al mes

0,3	8	3	7

En el siguiente cuadro colocar la información del producto o servicio 2 descrito anteriormente

Producción de eventos			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Recepción del cliente y levantamiento de requerimientos. Se identifica el tipo de evento, lugar, número de asistentes y necesidades técnicas de sonido. Se realiza cotización.	1-2 horas	Celular, computador, WhatsApp, formatos de cotización	Administrador / Productor de eventos
Planeación técnica del evento. Se define el montaje de sonido, ubicación de equipos, necesidades logísticas y cronograma de instalación y operación.	3 horas	Celular, computador, WhatsApp, formatos de cotización	Productor técnico / Ingeniero de sonido
Transporte y montaje de equipos. Se trasladan los equipos al lugar del evento y se realiza la instalación de sonido, cableado, pruebas técnicas y ajustes.	2 horas	Consola de sonido, parlantes, micrófonos, cables, planta eléctrica (si aplica), transporte, equipo de montaje	Técnico de sonido / Operarios
Operación técnica durante el evento. Se maneja el sonido en tiempo real, ajustes de volumen, micrófonos y control de audio durante toda la actividad.	4-8 horas	Consola de sonido, micrófonos, sistema de audio	Ingeniero de sonido / Operador
Desmontaje y cierre del servicio. Se realiza el desmontaje de equipos, organización del material y verificación final del servicio prestado.	2-3 horas	Equipos de sonido, herramientas de desmontaje, transporte, equipo de logistica	Técnico de sonido / Operarios

CAPACIDAD INSTALADA PRODUCTO O SERVICIO 2: Es el cálculo de la cantidad máxima que usted puede producir o atender del **producto o servicio 2** con lo que tiene disponible, teniendo en cuenta sus herramientas, el tiempo de trabajo y el apoyo de las personas que participan en la actividad. No se calcula por persona, sino por **todo lo que el negocio puede producir o atender en conjunto.**			
Producción o servicios por hora (Número)	Horas de trabajo día	Días de trabajo en el mes	Total unidades al mes
0,2	8	5	8

En el siguiente cuadro colocar la información del producto o servicio 3 descrito anteriormente

Alquiler de equipos

Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Recepción del cliente y definición del requerimiento. Se identifica el tipo de evento, espacio, duración y equipos necesarios (sonido, micrófonos, etc.). Se realiza cotización.	1 hora	Computador	Administrador
Alistamiento de equipos. Se revisan, prueban y organizan los equipos solicitados, verificando su correcto funcionamiento antes de la entrega.	2 horas	No se requiere equipo	Operario
Entrega y operación del servicio. Se entregan los equipos al cliente o se presta acompañamiento técnico durante el uso, garantizando el correcto funcionamiento.	4 horas	Transporte	Operario
Recolección, revisión y cierre. Se recogen los equipos, se revisa su estado, se organizan y almacenan nuevamente en el estudio	2 horas	Transporte	Operario

CAPACIDAD INSTALADA PRODUCTO O SERVICIO 3:

Es el cálculo de la cantidad máxima que usted puede producir o atender del **producto o servicio 3** con lo que tiene disponible, teniendo en cuenta sus herramientas, el tiempo de trabajo y el apoyo de las personas que participan en la actividad. No se calcula por persona, sino por **todo lo que el negocio puede producir o atender en conjunto.**

Producción o servicios por hora (Número)	Horas de trabajo día	Días de trabajo en el mes	Total unidades al mes
1	1	12	12

EQUIPO DE TRABAJO

Diligencie cada uno de los cargos (autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo) que harán parte del equipo de trabajo en la ejecución de la iniciativa, sea cuidadosa(o) con el diligenciamiento dado que así deberá ejecutarse en la implementación del proyecto.

Describa detalladamente las principales funciones o actividades a realizar.

El diligenciamiento exclusivo de este elemento se verá reflejado en el indicador de Empleos a crear con los que se compromete el emprendedor o grupo asociativo.



Dependiendo el tipo de vinculación del cargo seleccione **Si** ó **No** en el factor prestacional

*Nota: Para el caso de jornales calcule el número de días requeridos en el mes y colóquelo en la casilla Asignación Mensual.

Rol o cargo	Tipo de vinculación	Principales Funciones o Actividades a realizar	Asignación Mensual ($)	Factor prestacional	Total Asignación Mensual	Meses requeridos en Año 1	Tipo de emple
Gerente - productor	Prestación de servicios	Planificar, dirigir y supervisar los procesos de producción musical y de eventos; coordinar equipos técnicos y creativos; gestionar clientes y alianzas estratégicas; garantizar la calidad de los servicios y el cumplimiento de los objetivos comerciales de la empresa.	$ 2.200.000	NO	$ 2.200.000	8	A retener
Contador	Prestación de servicios	Gestionar la contabilidad de la empresa, elaboración de estados financieros, control de ingresos y egresos, cumplimiento de obligaciones tributarias, presentación de impuestos y asesoría financiera para la toma de decisiones.	$ 800.000	NO	$ 800.000	6	A retener
Auxiliar Administrativa	Contrato Laboral a término indefinido	Apoyar la gestión administrativa y operativa, manejo de agenda, atención a clientes, facturación, organización de documentos, seguimiento a pagos y apoyo en la logística interna de los servicios.	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	8	A retener
Auxiliar técnico	Contrato Laboral a término indefinido	Apoyar el montaje, operación y desmontaje de equipos de sonido; asistencia en grabaciones y eventos; mantenimiento básico de equipos y apoyo técnico en estudio y producción en vivo.	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	12	A retener
Profesional en marketing	Prestación de servicios	Diseñar e implementar estrategias de marketing digital y comercial; gestión de redes sociales, pauta publicitaria y contenido; posicionamiento de marca; generación de leads y apoyo en la conversión de ventas.	$ 2.000.000	NO	$ 2.000.000	7	A crear
					$ 0		
					$ 0		
					$ 0		
					$ 0		
					$ 0		
TOTAL					**$ 10.384.383**		

Indique el número de empleos indirectos que se impactan con la implementación de su iniciativa	7

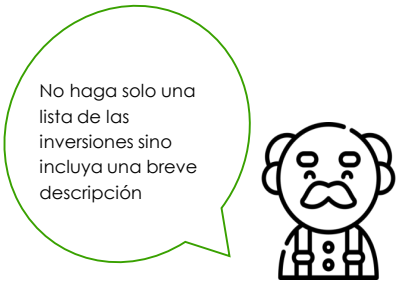
6. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS (Qué pedimos para fortalecer la iniciativa)

Defina cuanto es el valor del plan de inversión, indicando las actividades que serán solicitadas para financiar con el Recurso de Fondo Emprender.

Recursos Financiables para FORTALECER
1. Pago de salarios u honorarios.
2. Insumos para el ciclo productivo (materia prima y bienes en proceso) que contribuyan de manera directa o que forman parte del proceso de producción.
3. Adquisición de maquinaria, equipos y software.
4. Costos que se generen por permisos, licencias y registros, requeridos por la ley para el normal funcionamiento del proyecto y la iniciativa empresarial.
5. Las adecuaciones o remodelaciones estructurales y locativas del inmueble donde se desarrollará el proyecto y la iniciativa empresarial.
6. Financiar las adecuaciones técnicas necesarias para el proceso productivo o montaje industrial. Para estos fines se entiende por adecuación técnica toda obra civil que sea indispensable para el desarrollo de la actividad y ejecución del proyecto o la iniciativa empresarial, rubro que en ningún caso podrá ser utilizado con fines de vivienda del beneficiario.
7. Expansión mediante el modelo de franquicias, de acuerdo con los lineamientos que para el efecto emita el SENA, siempre y cuando, además de los criterios señalados en el presente acuerdo, este modelo de negocio genere valor agregado sustentado.
8. Pago de derechos referentes a la propiedad intelectual (marcas y patentes) relacionados con el proyecto o la iniciativa empresarial.

1. INVERSIONES FIJAS

En este punto se debe describir
Infraestructura, Terrenos y Construcciones
Maquinaria y Equipo
Muebles y Enseres
Equipo de transporte y carga
Equipos de cómputo, comunicaciones y otras herramientas
Semovientes
Cultivos permanentes



Rubro Financiable (Seleccione de la lista desplegable)	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Monitores de estudio Barefoot Sound Footprint 03 (Par)	$ 12.400.000	1	$ 12.400.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Microfono de estudio MANLEY REFERENCE CARDIOID	$ 14.900.000	1	$ 14.900.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	SSL PURE DRIVE QUAD | PREAMPLIFICADOR DE 4 CANALES CON ADAT, AES Y USB	$ 6.000.000	1	$ 6.000.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0

				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS				**$ 33.300.000**

En este punto puede describir
Adecuaciones
Permisos y Licencias
Materia prima
Mano de obra
Otros Costos (Ej: Transporte, Empaques, Etiquetas…)
Gastos de administración y ventas (Arriendo, Publicidad, Recurso humano administrativo), entre otros

GASTOS ANTES DE INICIAR (PREOPERATIVOS)

Rubro Financiable (Seleccione de la lista desplegable)	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor
Estrategia de comunicación		$ 5.800.000	1	$ 5.800.000
Pago de salarios u honorarios	Gerente	$ 2.200.000	4	$ 8.800.000
Pago de salarios u honorarios	Contador	$ 800.000	6	$ 4.800.000
Pago de salarios u honorarios	Auxiliar administrativo	$ 2.692.192	4	$ 10.768.768
Pago de salarios u honorarios	Profesional de marketing	$ 2.000.000	5	$ 10.000.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0

TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	**$ 40.168.768**

7. PROPÓSITO DE LA INVERSIÓN (Para qué pedimos los recursos)

En este apartado se cuentan los resultados que se esperan con los recursos. Por ejemplo, la inversión permitirá mejorar la producción para tener más capacidad o hacerla de manera más eficiente, aumentar las ventas llegando a más clientes y en más lugares, y generar nuevos empleos que apoyen el trabajo de la organización o asociación. También ayudará a abrir mercados en otras veredas, municipios o ferias, a trabajar de forma más sostenible cuidando el medio ambiente y aprovechando mejor los recursos, y a asegurar que la iniciativa pueda mantenerse en el tiempo con mayor solidez

La inversión solicitada permitirá fortalecer la capacidad operativa y productiva de ECO Music Sound mediante la adquisición de equipos que optimicen los procesos de grabación, producción y mezcla musical, garantizando una mayor calidad en los servicios ofrecidos. Esto permitirá atender un mayor número de clientes, reducir tiempos de producción y mejorar la competitividad en el mercado local y regional.

Adicionalmente, la incorporación de un micrófono de alta gama, un sistema de monitoreo profesional y un preamplificador de calidad superior representa un salto cualitativo en la cadena de audio del estudio, impactando directamente en la captura, procesamiento y reproducción del sonido. Un micrófono de mayor calidad permitirá obtener registros más detallados, con mejor respuesta en frecuencia y menor ruido, especialmente en voces e instrumentos acústicos, lo cual es fundamental para géneros musicales donde la interpretación es el eje central.

Por su parte, la implementación de monitores de gama alta permitirá mejorar significativamente la precisión en los procesos de mezcla, facilitando decisiones técnicas más acertadas en balance, ecualización y dinámica. Esto se traduce en producciones con mejor "traducción" en diferentes sistemas de reproducción (plataformas digitales, radio, dispositivos móviles), reduciendo la necesidad de correcciones posteriores y aumentando la eficiencia del flujo de trabajo.

Asimismo, la adquisición de un preamplificador profesional permitirá elevar la calidad de la señal desde su origen, aportando mayor claridad, profundidad y carácter sonoro a las grabaciones. Este elemento es clave para maximizar el rendimiento tanto del micrófono como del sistema de grabación, logrando resultados comparables con estándares de la industria musical.

En conjunto, esta inversión no solo mejora la calidad técnica del estudio, sino que posiciona a ECO Music Sound como un espacio competitivo frente a estudios de mayor nivel, fortaleciendo su propuesta de valor, aumentando la percepción de calidad por parte de los clientes y generando mayores oportunidades de crecimiento, fidelización y acceso a proyectos de mayor envergadura en el sector musical y audiovisual.

Adicionalmente, los recursos contribuirán al sostenimiento de la empresa en aspectos clave como el pago de nómina y arriendo, lo que permitirá garantizar la continuidad del servicio, la estabilidad del equipo de trabajo y el adecuado funcionamiento del estudio. De esta manera, se busca consolidar la operación de ECO Music Sound, generar mayores ingresos, fortalecer su posicionamiento en el sector musical y creativo, y asegurar su sostenibilidad en el tiempo.

8. RESULTADOS ESPERADOS DE LA INVERSIÓN (Resultados que traerán los recursos)

Se debe contar de manera clara y amplia los resultados que se quieren lograr con los recursos solicitados. Por ejemplo: aumento en los ingresos mensuales o el volumen de ventas, tener mejores ganancias (variación en el margen de utilidad), gastar menos al producir (reducción de costos unitarios), número de nuevos puntos de venta o clientes, y cantidad de puestos de trabajo, autoempleo o empleos creados directa o indirectamente.
También se puede evidenciar que se busca mejorar la satisfacción de los clientes mediante encuestas o el número de reclamos, fortalecer el reconocimiento en la comunidad (presencia en eventos, menciones en medios o redes), y lograr la sostenibilidad del negocio (TIR (Tasa Interna de Retorno), flujo de caja positivo, capital de trabajo suficiente, continuidad operativa tras seis o doce meses). Para actividad que mencione presente de una forma medible su cambio o crecimiento.

Con la inversión solicitada, ECO Music Sound proyecta un fortalecimiento integral de su capacidad productiva, técnica y comercial, reflejado en indicadores medibles de crecimiento, eficiencia y sostenibilidad.

En términos financieros, se estima un incremento en los ingresos mensuales entre el 20% y el 30% durante los primeros 6 a 12 meses posteriores a la implementación de los equipos, derivado del aumento en la calidad del servicio, la optimización de los procesos productivos y la captación de nuevos clientes. Esto permitirá mejorar el margen de utilidad, mediante una mayor eficiencia operativa y una reducción de costos asociados a reprocesos técnicos.

A nivel productivo, se proyecta un aumento en la capacidad de producción, pasando de un promedio actual de 8 a 12 canciones mensuales a un rango de 15 a 25 producciones, lo que representa un crecimiento de hasta el 100% en volumen de servicios. Este incremento estará acompañado de una reducción estimada del 20% al 30% en tiempos de producción por proyecto, optimizando el uso de recursos técnicos y humanos.

En cuanto a costos, la mejora en la cadena de audio permitirá una disminución en los costos unitarios de producción, al reducir ajustes posteriores, retrabajos y tiempos de corrección, impactando directamente la rentabilidad del negocio.

A nivel comercial, se proyecta un incremento en la base de clientes entre un 25% y 40%, ampliando el alcance del estudio en el mercado local y regional. Esto permitirá posicionar a ECO Music Sound como un estudio competitivo frente a otras ciudades, contribuyendo a la retención del talento artístico local y evitando la migración de proyectos hacia otros mercados.

En el componente de empleo, la inversión permitirá mantener los empleos directos existentes y generar empleo indirecto en actividades relacionadas como producción de eventos, servicios técnicos, músicos de sesión y proveedores del sector creativo, fortaleciendo el ecosistema cultural de la región.

En términos de calidad y satisfacción del cliente, se proyecta una reducción de hasta el 30% en solicitudes de corrección posteriores a la entrega, así como un aumento en la fidelización y recompra de servicios, medido a través del incremento en clientes recurrentes y recomendaciones (voz a voz).

9. ESTRATEGIA DE LA INVERSIÓN (De qué manera se hará la inversión)

Se debe contar de manera clara y amplia los resultados que se quieren lograr con los recursos solicitados. Por ejemplo: aumento en los ingresos mensuales o el volumen de ventas, tener mejores ganancias (variación en el margen de utilidad), gastar menos al producir (reducción de costos unitarios), número de nuevos puntos de venta o clientes, y cantidad de puestos de trabajo, autoempleo o empleos creados directa o indirectamente.
También se puede evidenciar que se busca mejorar la satisfacción de los clientes mediante encuestas o el número de reclamos, fortalecer el reconocimiento en la comunidad (presencia en eventos, menciones en medios o redes), y lograr la sostenibilidad del negocio (TIR (Tasa Interna de Retorno), flujo de caja positivo, capital de trabajo suficiente, continuidad operativa tras seis o doce meses). Para actividad que mencione presente de una forma medible su cambio o crecimiento.

La inversión en ECO Music Sound se ejecutará mediante la adquisición de equipos estratégicos de alta calidad (micrófono profesional, monitores de gama alta y preamplificador), orientados a optimizar los procesos de grabación, mezcla y producción musical. Esta implementación se realizará de manera inmediata una vez se disponga de los recursos, integrando los equipos a la cadena de producción existente.

En términos de resultados, se proyecta un incremento en los ingresos mensuales entre el 20% y 30% durante los primeros 6 a 12 meses, gracias a la mejora en la calidad del servicio y la captación de nuevos clientes. Asimismo, se espera un aumento en el volumen de producción, pasando de un promedio de 8 a 12 canciones mensuales a un rango de 15 a 25 producciones, optimizando los tiempos de trabajo en aproximadamente un 20% a 30%.

La inversión también permitirá mejorar el margen de utilidad, al reducir costos asociados a reprocesos, ajustes técnicos y tiempos adicionales de edición. Esto impactará directamente en la eficiencia operativa y en la sostenibilidad financiera del negocio, garantizando un flujo de caja positivo en el corto y mediano plazo.

A nivel comercial, se fortalecerá la estrategia digital y de posicionamiento de marca, lo que permitirá aumentar la visibilidad de ECO Music Sound y generar un crecimiento en la base de clientes entre un 25% y 40%. Esto se medirá a través de indicadores como número de nuevos clientes, tasa de recompra y aumento en la interacción en canales digitales.

En el componente de empleo, la inversión permitirá mantener los empleos directos existentes y generar empleo indirecto en el sector creativo, especialmente en producción de eventos, músicos de sesión y servicios técnicos.

Adicionalmente, se implementarán herramientas tecnológicas, incluyendo el uso responsable de inteligencia artificial, para optimizar los tiempos de producción, mejorar los flujos de trabajo y aumentar la competitividad del estudio frente a otros actores del mercado.

Finalmente, la estrategia está orientada a garantizar la continuidad operativa del negocio en un horizonte de 6 a 12 meses, fortaleciendo su posicionamiento en Ibagué como parte del ecosistema de la Ciudad Musical de Colombia y contribuyendo al crecimiento de la economía creativa regional.

10. PRESUPUESTO Y USO DE FONDOS (Cómo se van a usar los recursos)

CANTIDAD DE ASOCIADOS O INTEGRANTES	**1**	**Cumple integrantes permitid**
VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	**$ 73.468.768**	**Cumple recursos para el número de integrantes registrados**
EMPLEOS A GENERAR	**5**	**Cumple empleos a genera**
CUMPLE CON RECURSOS, INTEGRANTES Y EMPLEOS	**Cumple**	

Se muestran los rangos y montos definidos en el Acuerdo 007 de 2025; sin embargo, los términos de referencia tienen la facultad de definir algunos de ellos. Se debe revisar los términos de referencia de la Convocatoria para conocer los rangos y montos permitidos en las postulaciones

Individual	
Hasta SMMLV	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
42	1
56	3
70	5

Asociaciones de aprendices y/o egresados del SENA, iniciativas asociativas, cooperativas de las personas de la economía popular y demás formas asociativas de campesinos			
Desde SMMLV	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
200	299	5-9.	7
300	399	10-14.	8
400	500	adelante	10

Asociaciones Campesinas / Cooperativas campesinas y otras formas asociativas campesinas y cooperativas de la población de la economía popular			
Desde SMMLV	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
400	600	20	7
600	900	21-26.	8
900	1100	27 en adelante	10

Por favor diligenciar el monto en pesos ($) en el mes en el que se ejecutarán **los recursos solicitados al Fondo Emprender** de acuerdo con las actividades planteadas previamente en el punto 6. Necesidades y Requerimientos. Los recursos deberán ser ejecutados máximo hasta el Mes 6 de ejecución del proyecto.

Rubro Financiable	Mes 1 ($)	Mes 2 ($)	Mes 3 ($)	Mes 4 ($)	Mes 5 ($)	Mes 6 ($)
Monitores de estudio Barefoot Sound Footprint 03 (Par), Microfono de estudio MANLEY	$ 11.100.000	$ 11.100.000	$ 11.100.000			
salario gerente	$ 2.200.000	$ 2.200.000	$ 2.200.000	$ 2.200.000		
Honorario contador	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000
Salario auxiliar administrativo	$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192		
Honorarios profesional de marketing	$ 2.000.000	$ 2.000.000	$ 2.000.000	$ 2.000.000	$ 2.000.000	
Estrategia de comunicación		$ 5.800.000				

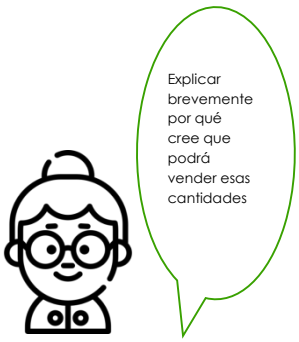
TOTAL	$ 18.792.192	$ 24.592.192	$ 18.792.192	$ 7.692.192	$ 2.800.000	$ 800.000

TOTAL PLAN OPERATIVO	**$ 73.468.768**	**CORRESPONDE A VALOR SOLICITADO AL FONDO**

11. COMPONENTE FINANCIERO (Resumen financiero)

En este espacio se debe realizar la proyección de ventas a cinco años. Para los productos o servicios indique el incremento que este precio tendrá año a año teniendo en cuenta indicadores macroeconómicos como el IPC (Indice de precios al consumidor) y el IPP (Indice de precios al productor)

Justificación de la proyección de ventas	La proyección de ventas de ECO Music Sound a cinco años se fundamenta en el comportamiento actual del mercado musical y de eventos en la ciudad de Ibagué y la región, así como en la capacidad instalada y el posicionamiento que ha venido consolidando la empresa. Se estima un crecimiento anual entre el 5% y el 6%, coherente con indicadores macroeconómicos como el IPC y el IPP en Colombia, lo que permite proyectar un incremento sostenido en los precios de los servicios sin afectar la competitividad. Este crecimiento también responde al fortalecimiento de la calidad del servicio mediante la inversión en equipos de alto nivel (micrófonos, monitores y preamplificadores), lo cual permitirá ofrecer productos con estándares profesionales más altos. En el servicio de producción musical, el incremento proyectado se sustenta en el aumento de la demanda



Incremento			
Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
5,0%	5,0%	6,0%	6,0%

Indique el precio del producto o servicio para el primer año (Casillas sombreadas en gris)

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción musical	$ 2.800.000	$ 2.940.000	$ 3.087.000	$ 3.272.220	$ 3.468.553
Producción de eventos	$ 4.000.000	$ 4.200.000	$ 4.410.000	$ 4.674.600	$ 4.955.076
Alquiler de equipos	$ 1.500.000	$ 1.575.000	$ 1.653.750	$ 1.752.975	$ 1.858.154

Indique las unidades (Cantidades) que tiene planeado vender mes a mes y para los próximos 5 años (Casillas sombreadas en gris)

PRODUCTO O SERVICIO 1	Producción musical

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑ
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	2	$ 5.600.000	4	$ 11.760.000	5	$ 15.435.000	5
Mes 2	2	$ 5.600.000	4	$ 11.760.000	5	$ 15.435.000	5
Mes 3	2	$ 5.600.000	4	$ 11.760.000	5	$ 15.435.000	5
Mes 4	2	$ 5.600.000	4	$ 11.760.000	5	$ 15.435.000	5
Mes 5	3	$ 8.400.000	4	$ 11.760.000	5	$ 15.435.000	4
Mes 6	4	$ 11.200.000	4	$ 11.760.000	4	$ 12.348.000	5
Mes 7	4	$ 11.200.000	4	$ 11.760.000	5	$ 15.435.000	5

Mes 8	3	$ 8.400.000	5	$ 14.700.000	5	$ 15.435.000	4	
Mes 9	3	$ 8.400.000	4	$ 11.760.000	5	$ 15.435.000	4	
Mes 10	2	$ 5.600.000	5	$ 14.700.000	2	$ 6.174.000	4	
Mes 11	4	$ 11.200.000	5	$ 14.700.000	4	$ 12.348.000	4	
Mes 12	4	$ 11.200.000	5	$ 14.700.000	4	$ 12.348.000	4	
TOTAL	**35**	**$ 98.000.000**	**52**	**$ 152.880.000**	**54**	**$ 166.698.000**	**54**	**$**

PRODUCTO O SERVICIO 2	Producción de eventos

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑ
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	2	$ 8.000.000	4	$ 16.800.000	4	$ 17.640.000	3
Mes 2	1	$ 4.000.000	4	$ 16.800.000	3	$ 13.230.000	3
Mes 3	2	$ 8.000.000	3	$ 12.600.000	4	$ 17.640.000	4
Mes 4	2	$ 8.000.000	2	$ 8.400.000	4	$ 17.640.000	4
Mes 5	3	$ 12.000.000	4	$ 16.800.000	4	$ 17.640.000	4
Mes 6	5	$ 20.000.000	5	$ 21.000.000	6	$ 26.460.000	6
Mes 7	5	$ 20.000.000	5	$ 21.000.000	5	$ 22.050.000	5
Mes 8	3	$ 12.000.000	4	$ 16.800.000	4	$ 17.640.000	5
Mes 9	2	$ 8.000.000	4	$ 16.800.000	4	$ 17.640.000	5
Mes 10	2	$ 8.000.000	4	$ 16.800.000	4	$ 17.640.000	4
Mes 11	2	$ 8.000.000	4	$ 16.800.000	4	$ 17.640.000	4
Mes 12	4	$ 16.000.000	4	$ 16.800.000	4	$ 17.640.000	4
TOTAL	**33**	**$ 132.000.000**	**47**	**$ 197.400.000**	**50**	**$ 220.500.000**	**51**

PRODUCTO O SERVICIO 3	Alquiler de equipos

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑ
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	2	$ 3.000.000	4	$ 6.300.000	3	$ 4.961.250	4
Mes 2	2	$ 3.000.000	4	$ 6.300.000	4	$ 6.615.000	4
Mes 3	4	$ 6.000.000	4	$ 6.300.000	4	$ 6.615.000	4
Mes 4	3	$ 4.500.000	3	$ 4.725.000	3	$ 4.961.250	3
Mes 5	4	$ 6.000.000	4	$ 6.300.000	4	$ 6.615.000	5
Mes 6	5	$ 7.500.000	5	$ 7.875.000	5	$ 8.268.750	6
Mes 7	4	$ 6.000.000	4	$ 6.300.000	4	$ 6.615.000	5
Mes 8	4	$ 6.000.000	3	$ 4.725.000	3	$ 4.961.250	3
Mes 9	3	$ 4.500.000	3	$ 4.725.000	3	$ 4.961.250	3

Mes 10	4	$ 6.000.000	6	$ 9.450.000	6	$ 9.922.500	6	
Mes 11	4	$ 6.000.000	3	$ 4.725.000	3	$ 4.961.250	3	
Mes 12	5	$ 7.500.000	5	$ 7.875.000	5	$ 8.268.750	5	
TOTAL	**44**	**$ 66.000.000**	**48**	**$ 75.600.000**	**47**	**$ 77.726.250**	**51**	

COSTOS Y GASTOS

Primero, debe definir los costos fijos asociados a su proyecto. Es decir, aquellas actividades que se relacionan directamente o siempre están presentes para poder producir o prestar el servicio.(Diligenciar solamente las celdas en gris)
Nota: En los Costos Fijos **NO CONSIDERAR LA MANO DE OBRA**, dado que se contabiliza en el elemento EQUIPO DE TRABAJO

COSTOS FIJOS			
Descripción	Valor mensual ($)	**Cantidad requerida en el año 1**	Valor Total Año 1 ($)
Servicios publicos	$ 600.000	12	$ 7.200.000
Mantenimiento de equipos	$ 800.000	4	$ 3.200.000
Papeleria y gastos administrativos	$ 120.000	6	$ 720.000
Transporte	$ 600.000	12	$ 7.200.000
Arriendo	$ 2.000.000	12	$ 24.000.000
			$ 0
			$ 0
			$ 0
TOTAL	$ 4.120.000		**$ 42.320.000**



Ahora debe definir los costos variables asociados a su producto o servicio. Es decir, aquellas actividades que varían con el nivel de producción o prestación del servicio. Los costos variables, cambian cuando mi producción cambia, es decir, si se produce más, los costos suben; si se produce menos, los costos bajan. Son por ejemplo, los asociados a la materia prima para elaborar nuestro producto o para prestar nuestro servicio.

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 1				**Producción musical**
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
software	Mes	$ 100.000	1	$ 100.000
Pre Producción	Horas	$ 40.000	4	$ 160.000
Edición	Horas	$ 40.000	7	$ 280.000
Musicos de sesion	Horas	$ 150.000	8	$ 1.200.000
Mezcla y master	Horas	$ 50.000	4	$ 200.000
TOTAL				$ 1.940.000

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2	**Producción de eventos**

Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Transporte	Viajes	$ 150.000	2	$ 300.000
Auxiliares tecnicos	Turno 8 hrs	$ 120.000	2	$ 240.000
Planta electrica	Turno 8 hrs	$ 900.000	1	$ 900.000
Personal de carga	Turno 8 hrs	$ 80.000	4	$ 320.000
Ingenieria de sonido	Turno 8 hrs	$ 400.000	1	$ 400.000
TOTAL				$ 2.160.000

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3				**Alquiler de equipos**
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad por unidad de producto	Valor Total
Transporte	Viajes	$ 100.000	1	$ 100.000
Operario de alquiler	Turno 8 hrs	$ 100.000	1	$ 100.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL				$ 200.000

Diligencie únicamente el porcentaje de participación que tiene cada uno de los productos en las ventas totales (Celdas sombreadas en gris)

PRODUCTOS O SERVICIOS	Producción musical	Producción de eventos	Alquiler de equipos
Precio de Venta	$ 2.800.000	$ 4.000.000	$ 1.500.000
Costo Variable	$ 1.940.000	$ 2.160.000	$ 200.000
Margen de contribución	$ 860.000	$ 1.840.000	$ 1.300.000
% Participación	37%	46%	17%
Margen de contribución ponderado	$ 318.200	$ 846.400	$ 221.000
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	2,97		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	**1**	**1**	**1**

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Los gastos de administración y ventas son aquellos costos que no hacen parte directa de la producción, pero que son necesarios para que la organización o asociación pueda funcionar y vender.
Por ejemplo están los gastos de oficina, papelería, servicios de teléfono o internet, gastos para dar a conocer y ofrecer el producto o servicio, como publicidad, participación en ferias, afiches, volantes, mensajes por redes sociales, transporte para llevar el producto al cliente o comisiones por ventas.
En resumen: son los gastos para manejar bien la organización y para lograr que el producto o servicio llegue al cliente

Descripción	Valor mensual ($)	Cantidad o Meses requeridos en el Año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Publicidad	Anual	Anual	$ 5.800.000	$ 6.090.000	$ 6.394.500	$ 6.778.170

Publicidad en redes	$ 200.000	12	$ 2.400.000	$ 2.520.000	$ 2.646.000	$ 2.804.760
Servicio de internet	$ 92.000	12	$ 1.104.000	$ 1.159.200	$ 1.217.160	$ 1.290.190
Papeleria y administración	$ 60.000	12	$ 720.000	$ 756.000	$ 793.800	$ 841.428
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
TOTAL			**$ 10.024.000**	**$ 10.525.200**	**$ 11.051.460**	**$ 11.714.548**

12. IMPACTOS (Beneficios de la inversión)

Describa cómo la iniciativa Económica, ayudará a... en lo Económico: generar más ingresos, producir más o crear empleos, Ambiental: qué acciones realizará para cuidar la naturaleza, el agua, la tierra y evitar desperdicios, Social: cómo beneficiará a la comunidad, mejorará la calidad de vida o fortalecerá el trabajo en grupo, Tecnológico: qué herramientas, equipos o procesos nuevos usará para trabajar más fácil y con mejores resultados. SE DEBE DESCRIBIR PARA CADA ELEMENTO: ECONÓMICO, AMBIENTAL, SOCIAL, TECNOLÓGICO.

Económico	La inversión permitirá incrementar los ingresos de ECO Music Sound mediante la mejora en la calidad de los servicios ofrecidos y el aumento en la capacidad de producción. Se proyecta un crecimiento en ventas entre el 20% y 30%, así como la captación de nuevos clientes en el mercado local y regional. Este crecimiento se enmarca en el posicionamiento de Ibagué como Ciudad Musical de Colombia, lo cual genera un entorno favorable para el desarrollo de la industria creativa y la circulación de artistas. A nivel nacional, el sector musical y las industrias culturales han venido aumentando su participación en el PIB, evidenciando el potencial económico de este sector. En este contexto, ECO Music Sound se proyecta como un actor clave en la dinamización de la economía creativa regional, optimizando costos operativos, reduciendo reprocesos y garantizando la sostenibilidad financiera del negocio.
Ambiental	La implementación de equipos de mayor calidad permitirá optimizar los procesos de producción, reduciendo el consumo energético por sesión y disminuyendo la necesidad de reprocesos, lo que contribuye a una menor huella ambiental. ECO Music Sound ha demostrado su compromiso con la sostenibilidad mediante la implementación de prácticas responsables en la producción de eventos y servicios, lo que le ha permitido ser beneficiario de convocatorias internacionales como Cultura Circular del British Council. Estas acciones incluyen el uso eficiente de recursos, la reducción de residuos y la promoción de una cultura ambiental dentro del sector creativo, consolidando a la empresa como un referente en sostenibilidad en la industria musical local.
Social	El fortalecimiento de ECO Music Sound impactará positivamente a la comunidad artística local, brindando acceso a servicios de producción musical de alta calidad sin necesidad de desplazarse a otras ciudades. Esto contribuye al desarrollo del talento regional y al fortalecimiento del ecosistema cultural de Ibagué. Adicionalmente, la empresa cuenta con convenios activos con el Conservatorio del Tolima, permitiendo que estudiantes realicen sus prácticas y pasantías dentro del estudio, generando espacios de formación práctica, transferencia de conocimiento y vinculación al sector productivo. Esto favorece la empleabilidad de jóvenes talentos y la consolidación de procesos formativos en la industria musical.
Tecnológico	La adquisición de equipos como micrófonos de alta gama, monitores profesionales y preamplificadores permitirá modernizar la infraestructura tecnológica del estudio, mejorando significativamente la calidad del sonido en procesos de grabación, mezcla y masterización. Asimismo, ECO Music Sound viene incorporando el uso responsable de herramientas basadas en inteligencia artificial para optimizar tiempos en procesos de edición, mezcla y producción musical, sin reemplazar el criterio artístico y profesional. Esta integración tecnológica permite mejorar la eficiencia operativa, reducir tiempos de entrega y posicionar a la empresa con estándares competitivos frente a estudios de mayor nivel en el país.

13. INDICADORES DE CUMPLIMIENTO

En este punto quedan descritos los indicadores de acuerdo con la información previamente diligenciada y con los que **se compromete la iniciativa registrada formalmente**, si llega a ser beneficiario de los recursos del Fondo Emprender

INDICADOR	Número o Valor	Descripción del indicador
Empleos a crear	1	El valor de este indicador se define de acuerdo con la información descrita en el punto 5. Flujo de producción y equipo de Trabajo donde se registran los cargos, actividades a realizar y tipo de contratación.
Empleos a retener	4	
Contrapartidas	5	Debe darse cumplimiento a la realización de eventos de transferencia de conocimiento los cuales se programarán de manera concertada con el SENA

Sostenibilidad Empresarial	0,50	La empresa debe ser sostenible demostrando que sus ventas son superiores a sus costos. (Para ser sostenible el valor debe ser mayor a 0)

14. MAPA DE ACTORES

Indique actores de otras instituciones diferentes al SENA que puedan ayudar al desarrollo de su iniciativa (Pueden ser del sector público, del sector privado, y demás que considere)

Nombre	Actor (Internacional, Nacional, Público, Privado)	Localización Geográfica	¿Qué necesita o requiere del actor clave?
Secretaría de Cultura de Ibagué	Público (Municipal)	Ibague, tolima	Articulación con la agenda cultural de la ciudad, participación en festivales y eventos institucionales, acceso a convocatorias y programas de fortalecimiento cultural que permitan visibilizar los servicios de ECO Music Sound.
Camara de Comercio de Ibague	Público-Privado	Ibagué, Tolima	Fortalecimiento empresarial a través del clúster de la música, acceso a redes de contacto, formación empresarial, oportunidades de negocio, ruedas de negocio y estrategias de posicionamiento del sector creativo.
Fundación Despertarte	Privado / Social	Cajamarca e Ibagué, Tolima	Articulación para el desarrollo de proyectos sociales, culturales y comunitarios, en los cuales ECO Music Sound presta servicios de producción, formación y circulación sonora, fortaleciendo el impacto social del proyecto.
Comfenalco Tolima	Privado / Caja de compensación	Ibagué, Tolima	Contratación de servicios de producción musical y técnica para eventos, fortaleciendo la relación comercial y generando ingresos sostenibles para ECO Music Sound.
BOmm – Bogotá Music Market	Nacional / Público-Privado	Bogotá, Colombia	Participación en ruedas de negocio, networking con agentes de la industria, oportunidades de circulación y comercialización de servicios musicales, fortaleciendo el acceso a nuevos mercados.

O3

os

r

C 4
Ingr
$ 16.3
$ 16.3
$ 16.3
$ 16.3
$ 13.0
$ 16.3
$ 16.3

	$ 13.0
	$ 13.0
	$ 13.0
	$ 13.0
	$ 13.0
	$ 176.6
	C 4
	Ingr
	$ 14.0
	$ 14.0
	$ 18.6
	$ 18.6
	$ 18.6
	$ 28.0
	$ 23.3
	$ 23.3
	$ 23.3
	$ 18.6
	$ 18.6
	$ 18.6
	$ 238.4
	C 4
	Ingr
	$ 7.01
	$ 7.01
	$ 7.01
	$ 5.25
	$ 8.76
	$ 10.5
	$ 8.76
	$ 5.25
	$ 5.25

$ 10.5
$ 5.25
$ 8.76
$ 89.4



$
$
$
$