

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	2
2. DESCRIPCIÓN DEL TEMA Y JUSTIFICACIÓN	5
3. PREGUNTAS CLAVES Y FACTORES CRÍTICOS	10
3.1. PREGUNTAS CLAVES A RESPONDER.....	10
3.2. FACTORES CRÍTICOS.....	11
4. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS	13
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	13
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
4.3. RESULTADOS ESPERADOS	13
5. ALCANCE	14
5.1. ALCANCE GEOGRÁFICO	14
5.2. ALCANCE DENTRO DE LA CADENA DE NEGOCIO	16
6. MARCO CONCEPTUAL	17
6.1. INDUSTRIA DE LOS ESPECTÁCULOS EN VIVO	17
6.2. NORMATIVAS DENTRO DE LA INDUSTRIA MUSICAL EN CHILE	17
6.3. MODELO DE NEGOCIO Y EMPRENDIMIENTO.....	19
6.3.1. <i>El Modelo Canvas</i>	20
6.3.2. <i>Los nueve módulos del Modelo de Canvas</i>	20
6.3.3. <i>Mapa de Empatía</i>	22
6.4. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	23
6.5. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)	25
6.6. MODELO DE ANÁLISIS STP (SEGMENTACIÓN, TARGETING, Y POSICIONAMIENTO).....	25
6.6. MÉTODO LEAN STARTUP	26
7. METODOLOGÍA	28
7.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO – ANÁLISIS PEST.....	28
7.2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	28
7.3. ANÁLISIS DE MERCADO.....	29
7.3.1. <i>Análisis de los Competidores</i>	29
7.3.2. <i>Análisis de los Clientes</i>	29
7.4. MODELO DE ANÁLISIS STP	30
7.5. REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS	30
7.6. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	30
7.7. ANÁLISIS MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (EFE)	31
7.8. MODELO DE NEGOCIO	31
7.8.1. <i>Descripción del Emprendimiento</i>	31
7.8.2. <i>Modelo Canvas</i>	31
7.9. MÉTODO LEAN STARTUP.....	34

7.10. EVALUACIÓN FINANCIERA	34
8. DESARROLLO	35
8.1. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO – ANÁLISIS PESTEL	35
8.2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	39
8.2.1. <i>Tendencias dentro de la Industria</i>	40
8.2.2. <i>Espectáculos musicales en vivo en Chile</i>	40
8.3. ANÁLISIS DEL MERCADO	42
8.3.1. <i>Análisis de Clientes (Artistas)</i>	42
8.3.2. <i>Análisis de Clientes (Locales o Venues)</i>	47
8.3.3. <i>Análisis de los Competidores (Agencias de Management & Booking)</i>	52
8.4. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	54
8.4.1. <i>Rivalidad entre competidores</i>	54
8.4.2. <i>Amenaza de nuevos competidores entrantes</i>	55
8.4.3. <i>Poder de negociación de los proveedores:</i>	56
8.4.4. <i>Poder de negociación de los compradores</i>	57
8.4.5. <i>Amenaza de productos o servicios sustitutos</i>	58
8.5. ANÁLISIS MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (EFE).....	59
8.5.1. <i>Oportunidades</i>	59
8.5.2. <i>Amenazas</i>	60
8.6. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR.....	63
8.6.1. <i>Descripción del Emprendimiento</i>	63
8.6.2. <i>Misión</i>	64
8.6.3. <i>Visión</i>	64
8.6.4. <i>Modelo de Análisis STP</i>	64
8.6.5. <i>Modelo de Negocio</i>	69
8.7. MÉTODO LEAN STARTUP	75
8.7.1. <i>Plan Operacional</i>	77
8.7.2. <i>Plan de RRHH</i>	84
9. PLAN FINANCIERO	86
9.1. INVERSIÓN.....	86
9.2. GASTOS.....	86
9.3. FINANCIAMIENTO.....	88
9.3.1. <i>Subsidio a través de Startup-Chile (CORFO)</i>	88
9.3.2. <i>Financiamiento por Crédito Bancario</i>	89
9.4. CAPITAL DE TRABAJO.....	89
9.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	90
9.6. INGRESOS	90
9.6.1. <i>Tipos de Ingresos y Supuestos</i>	91
9.7. TASA DE DESCUENTO	94
9.8. IMPUESTO	95
9.9. DEPRECIACIÓN.....	95
9.10. CÁLCULO DEL VAN Y TIR	96
9.11. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	101
10. MODELO CANVAS FINAL	102

11. CONCLUSIONES	103
12. BIBLIOGRAFÍA	106
ANEXOS	109