

REPORTE DE GESTIÓN BIC - 2023

Elaborado bajo metodología SDG Compass



Agenda

- 1 Carta de presentación
- 2 ¿Quiénes somos?
- 3 Dimensiones BIC
- 4 Estándar internacional
- 5 Actividades por dimensión BIC
- 6 Conclusiones



1. CARTA DE PRESENTACIÓN

Bogotá, 27 de mayo de 2024

A nuestra estimada comunidad artística, musical, organizadora y creadora de eventos con un interés compartido en el mundo de la música:

Desde los inicios de nuestras operaciones, tuToque ha priorizado la integración de la tecnología al servicio de la esfera artística. Nuestro propósito ha sido brindar a los artistas la posibilidad de acceder de manera automatizada y remota a nuevas oportunidades de eventos. A través de la búsqueda constante de recursos provenientes de fuentes públicas y privadas, hemos logrado desarrollar diversas soluciones digitales y mejoras. No obstante, la materialización de este objetivo requiere la implementación de un nuevo enfoque para la contratación de artistas a través de plataformas digitales. Este proceso demanda ajustes y mejoras continuas en el ámbito del desarrollo digital, los cuales exigen una sólida capacidad de gestión técnica y financiera.

A nuestra estimada comunidad artística, musical, organizadora y creadora de eventos con un interés compartido en el mundo de la música:

Lamentablemente, las limitaciones financieras han obstaculizado nuestra capacidad de optimizar integralmente el proceso de contratación de forma virtual. La plataforma digital existente no ha logrado concluir satisfactoriamente el ciclo de contratación, impidiendo así la instauración de un modelo de negocio automatizado y escalable.



1. CARTA DE PRESENTACIÓN

Esto nos ha llevado a mantener un enfoque comercial B2B, orientado hacia clientes corporativos como centros comerciales, casinos, clubes, hoteles y agencias BTL, facilitando los procesos administrativos y contables. Nuestra oferta abarca una amplia gama de servicios a nivel nacional, satisfaciendo la gran mayoría de las necesidades tanto de empresas como de artistas.

Sin embargo, este servicio enfocado en clientes corporativos, nos ha llevado a crear un modelo tipo agencia de Booking, que si bien mantiene el espíritu de generar nuevas oportunidades de trabajo a los artistas, no logra el impacto que podría un sistema digital que conecte de manera directa, sin intermediarios, a clientes y artistas.

Por lo anterior, y manteniendo como norte nuestro propósito superior, en 2023 iniciamos una exploración de nuevos modelos de negocio, una exploración que tuvo en cuenta aliados estratégicos con los que hemos contado a lo largo de estos años y clientes actuales. Gracias a esto, iniciamos un piloto de un nuevo servicio llamado “música experiencial”, que ofrece a los espacios comerciales la posibilidad de ofrecer música a sus clientes de manera legal, con hilos musicales curados acordes con cada necesidad. Esto generó algunos cambios en los objetivos y planes de acción de la empresa, que se presentan en el presente informe. Como siempre, hemos alineado la nueva estrategia con nuestro compromiso como empresa BIC.



1. CARTA DE PRESENTACIÓN

No obstante, el foco en el cliente corporativo nos ha llevado a desarrollar un modelo de talento tipo agencia. Si bien este enfoque mantiene la esencia de crear nuevas oportunidades laborales para los artistas, no logra el impacto potencial que podría tener un sistema digital directo que conecte a clientes y artistas sin intermediarios.

Por lo tanto, con nuestro propósito superior como norte, nos embarcamos en una exploración de nuevos modelos de negocio en 2023. Esta exploración tomó en consideración los aliados estratégicos con los que hemos colaborado a lo largo de los años, así como nuestros clientes actuales. Como resultado, lanzamos un nuevo modelo piloto para un nuevo servicio llamado "música experiencial", que ofrece a los espacios comerciales la oportunidad de ofrecer música de fondo legal y curada, adaptada a sus necesidades específicas. Esta iniciativa nos llevó a realizar ajustes en los objetivos y planes de acción de la empresa, descritos en este informe. Como siempre, nuestra nueva estrategia se alinea con nuestro compromiso como Empresa BIC.

Como siempre mantenemos nuestro compromiso con la sociedad en la búsqueda de modelos de negocio de triple impacto, que propendan por un mayor bienestar de nuestra comunidad artística, colaboradores, clientes y demás actores.

EQUIPO TUTOQUE



2. QUIÉNES SOMOS

¿Qué es tuToque?

Nuestro propósito es convertirnos en el aliado fundamental de los artistas y marcas, actuando como un agente catalizador de experiencias que sitúa la música y las artes en el epicentro de cada vivencia.

Guiados por una clara visión, hemos realizado diversas inversiones a lo largo de los últimos años con el objetivo de respaldar el trabajo de artistas locales. Este proceso ha implicado una constante experimentación que nos ha permitido explorar nuevas ideas y modelos de negocio. Fruto de esta exploración, en colaboración con un socio estratégico de vieja data, hemos concebido un innovador concepto de música experiencial que ha facilitado la difusión del talento musical de artistas emergentes.

Este modelo considera la reinversión del 5% de los ingresos en el desarrollo de la comunidad de artistas independientes en Colombia



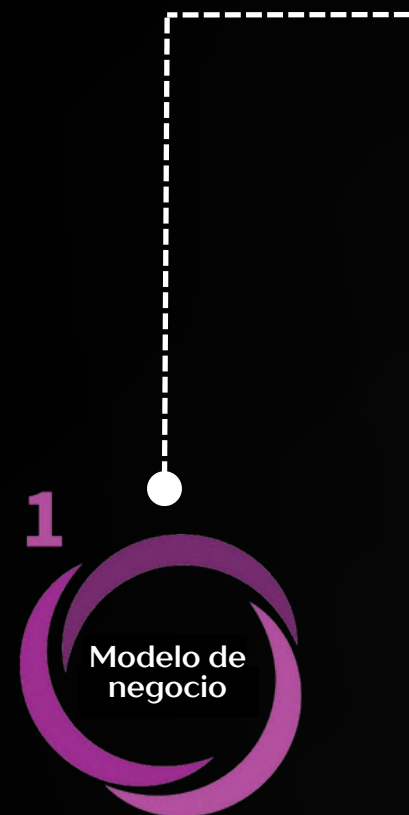
2. QUIÉNES SOMOS

El año 2023 se caracterizó por desafíos significativos y experiencias novedosas. Este cambio de enfoque ha provocado una reestructuración de la empresa, sus objetivos y métricas. Este proceso de aprendizaje continuo ha sido fundamental para clarificar nuestro compromiso con la sociedad y nuestros colaboradores.

La integración de esta nueva visión en nuestra planificación estratégica ha generado una serie de desafíos a corto, mediano y largo plazo. Las acciones expuestas en este informe están alineadas con esta nueva dirección, la cual presenta desafíos estimulantes que nos motivan diariamente para alcanzar nuestros objetivos. Valoramos cada momento y cada acción, conscientes de que contribuyen a un propósito mayor que nos inspira y nos impulsa. En palabras de Drexler, *"amar la trama más que el desenlace"*.



3. DIMENSIONES BIC



Adquisición de bienes o contratación de servicios de empresas de origen local o que pertenezcan a mujeres y minorías. Además, dan preferencia en la celebración de contratos a los proveedores de bienes y servicios que implementen normas equitativas y ambientales.



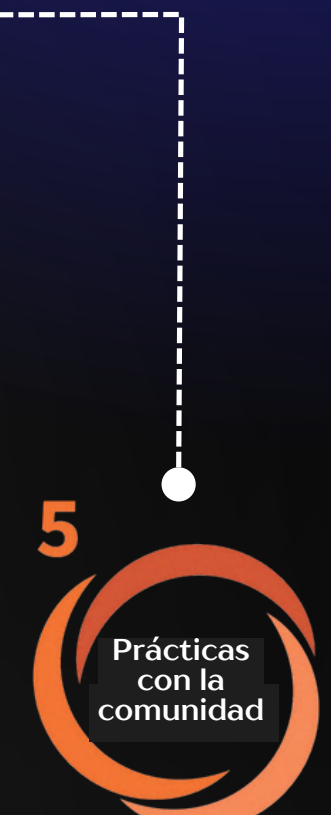
Expresar la misión de la sociedad en los diversos documentos de la empresa.



- Crear opciones para que los trabajadores tengan participación en la sociedad, a través de la adquisición de acciones.
- Brindar opciones de empleo que le permitan a los trabajadores tener flexibilidad en la jornada laboral y crear opciones de teletrabajo, sin afectarla remuneración de sus trabajadores.



Utilizar sistemas de iluminación energéticamente eficientes y otorgan incentivos a los trabajadores por utilizar en su desplazamiento al trabajo, medios de transporte ambientalmente sostenibles.



Crear opciones de trabajo para la población estructuralmente desempleada, tales como los jóvenes en situación de riesgo, individuos sin hogar, reinserados o personas que han salido de la cárcel.

4. ESTÁNDAR INTERNACIONAL

Hemos usado el estándar internacional SDG Compass, conocido también como la brújula de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible). Esta herramienta permite alinear los objetivos de sostenibilidad de la empresa con los ODS, los cuales hacen un llamado a la acción entre gobiernos, empresas y sociedad civil, para poner fin a la pobreza y crear una vida digna y de oportunidades para todos, dentro de los límites del planeta.

Esta metodología consta de 5 pasos:



Paso 1
Conocer los
ODS



Paso 2
Definir los
ODS
prioritarios



Paso 3
Establecer
metas e
indicadores



Paso 4
Integrar



Paso 5
Comunicar
y reportar



SDG Compass: 5 Pasos

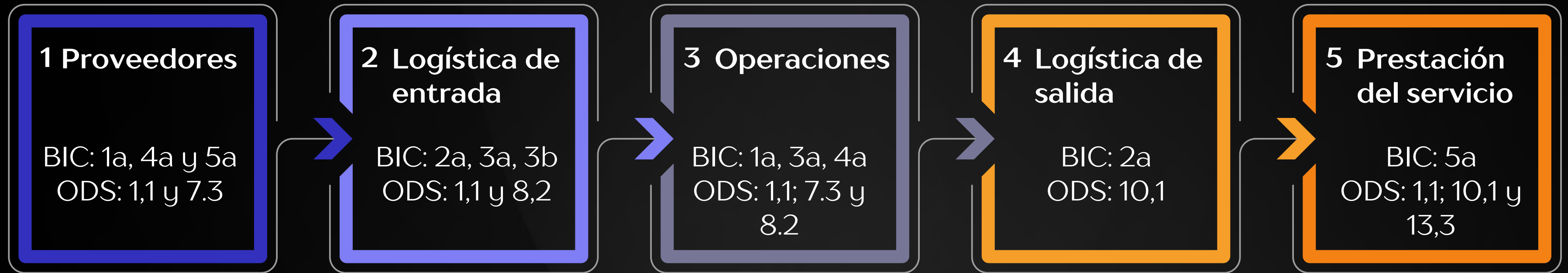
Paso 1:

Conocer los ODS

Se realizó el estudio de cada uno de los ODS, incluyendo las metas específicas de cada uno. También se estudió el documento "*SDG Compass, La guía para la acción empresarial en los ODS*", el cual contiene todos los elementos y descripción necesaria para implementar la metodología.

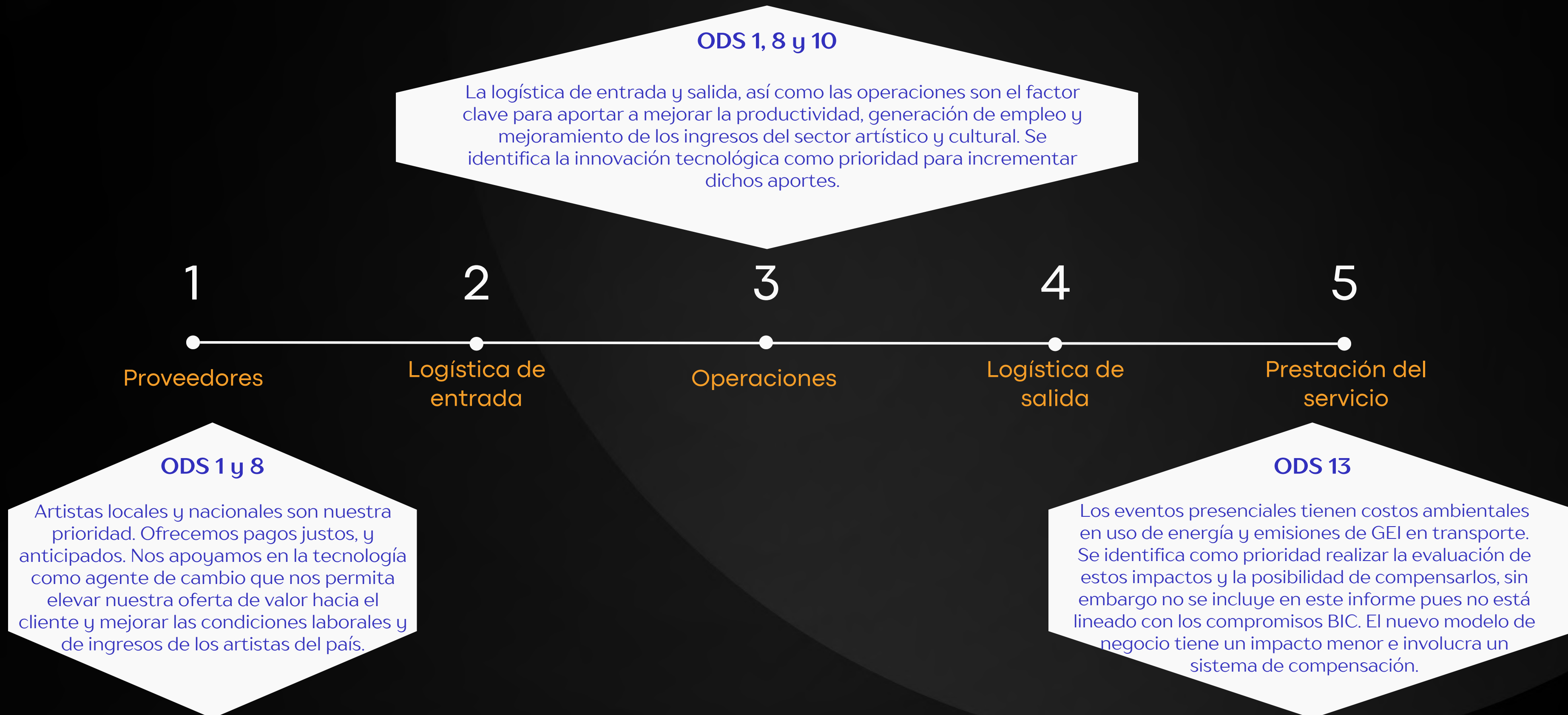
Contrastamos nuestras objetivos, metas e indicadores con los de los ODS y trabajamos en su alineación.

Paso 2: Definición de ODS prioritarios



Mapeo de ODS en la cadena de valor y su alineación de compromisos BIC

Impacto de la cadena de valor en los ODS



Partes interesadas



ARTISTAS

Músicos, magos, comediantes, bailarines, actores y otros oferentes de servicios, así como creadores y productores de música.



CLIENTES

Personas y empresas con la necesidad de desarrollar eventos, conectar sus marcas a través de actividades culturales y conectar a sus audiencias a través de experiencias auditivas.



TRABAJADORES Y COLABORADORES

Personal de apoyo en dirección, finanzas, contabilidad, desarrollo digital y ventas.

5. ACTIVIDADES POR DIMENSIÓN

PASO 3: Metas e indicadores

Objetivo 1: Diversificar el modelo de negocio

Meta: 1 nuevo modelo de negocio.
Logro: 1 nuevo modelo de negocio.



Dimensión 1: Modelo de negocio

Este fue el resultado de un trabajo de más de 8 meses analizando temas legales y técnicos, evaluando la competencia local y global, y estructurando una oferta de valor con un diferencial relevante y escalable.

Dimensión 5: Prácticas con la comunidad

Además. en línea con nuestra naturaleza BIC hemos incluido la reinversión del 5% del ingresos derivados de esta línea de negocio, para apoyar actividades artísticas, culturales y/o ambientales.

ODS: 1, 8 y 10

Objetivo 1: Diversificar el modelo de negocio

Dimensión 1: Modelo de negocio

Dimensión 5: Prácticas con la comunidad

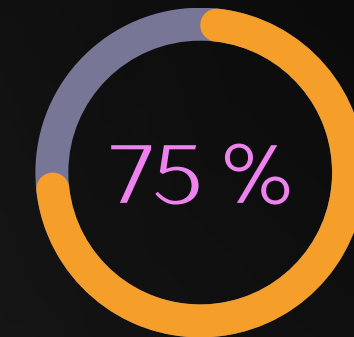
ODS: 1, 8 y 10

Pasamos de ser distribuidores de un aliado comercial a la creación de todo un sistema y un concepto totalmente nuevos. Este nuevo servicio desarrolla líneas de sonido curadas, creadas específicamente para cada cliente. Responde además con necesidades específicas de los usuarios finales de dichos clientes, pero además desarrolla conceptos que van más allá de un simple servicio de música.

Un concepto alineado con el propósito de cada cliente, que además tiene un uso potencial en estrategias de mercadeo y experiencias físicas y virtuales.

Objetivo 2: Mantener el mercado de eventos - B2B

Meta: 164 eventos (cierre de 2022).
Logro: 124 eventos.



Dimensión 1: Modelo de negocio

Dimensión 5: Prácticas con la comunidad

ODS: 1, 8 y 10

El modelo de organización de eventos y contratación artística enfocado en clientes corporativos ha sido el pivot creado al no poder implementar un modelo automatizado y escalable. Es un modelo de venta uno a uno, que demanda más tiempo del deseado, por lo que los resultados no fueron los esperados. Logramos el agendamiento de 124 eventos, correspondientes a poco más del 75% de la meta planteada, que era mantener el mismo número de eventos que el año inmediatamente anterior.

Objetivo 2: Mantener el mercado de eventos - B2B

Dimensión 1: Modelo de negocio

Dimensión 5: Prácticas con la comunidad

ODS: 1, 8 y 10

Una de las razones fundamentales detrás de este desenlace se atribuye, en gran medida, a nuestra capacidad instalada. El arduo proceso de desarrollo de la nueva línea de negocio demandó más recursos de los planeados inicialmente. Si bien no resultó en ganancias económicas en 2023, presenta un prometedor potencial para el año 2024. Proyectamos un incremento en las ventas mediante este enfoque, el cual también se destaca por ofrecer una rentabilidad superior.

Objetivo 2: Dar a conocer la misión de tuToque

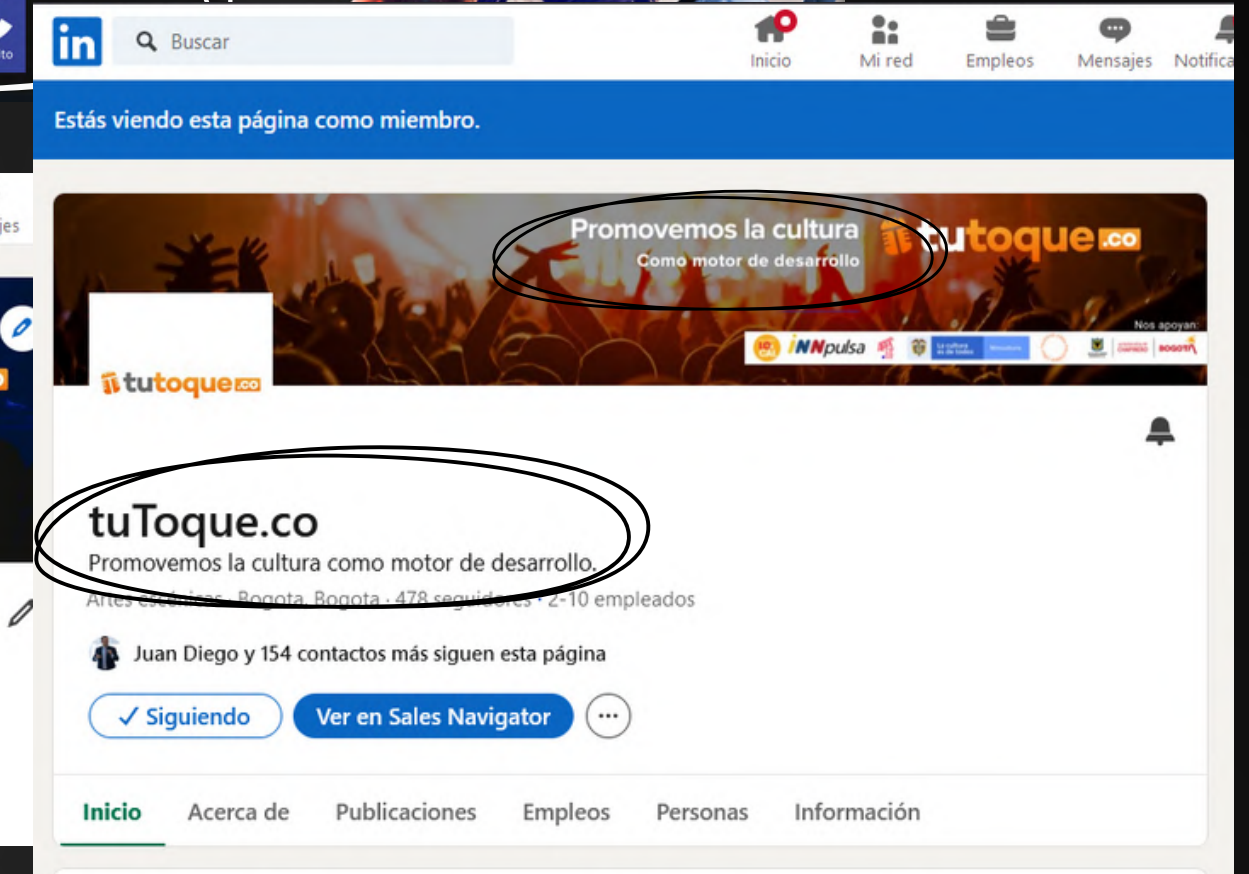
Dimensión 2: Gobierno corporativo

¿Quiénes somos?

"Promovemos la cultura como motor de desarrollo"

Experiencias alrededor de la música, las artes y el entretenimiento, ofreciendo más y mejores oportunidades a nuestros artistas.

Canal ideal para acceder a servicios artísticos, con la oferta más amplia de artistas para eventos presenciales o virtuales. También marketing experiencial musical y establecimientos comerciales.



DDDD

Objetivo 2: Dar a conocer la misión de tuToque

Dimensión 2: Gobierno corporativo

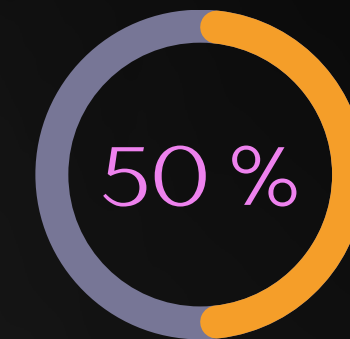
de manera consistente, comunicamos a través de todos nuestros canales nuestro propósito superior y nuestra condición de empresa BIC. Esto se evidencia tanto en las propuestas y documentos internos, como en nuestras redes sociales.

Objetivo 3: Mejorar las condiciones laborales de los empleados

Dimensión 3: Prácticas laborales

ODS: 1 y 8

Meta: 2 contratos.
Logro: 1 contrato.



Este año se firmó el primer contrato a término indefinido. En 2022 se tuvo como meta lograr 2 personas contratadas con todas las prestaciones de Ley, pero el desarrollo del nuevo modelo de negocio nos llevo a una caída en las ventas, que no permitió llegar a la meta estipulada. Se mantiene la meta de 2 empleados directos para el año 2024.

Para 2024 esperamos también establecer las bases con las cuales podremos ofrecer participación a empleados clave.

Objetivo 4: Mantener y mejorar el sistema de trabajo remoto

Dimensión 3: Prácticas laborales

ODS: 1 y 8

Este es un punto que nos enorgullece, pues desde que iniciamos actividades como empresa logramos implementar un sistema de trabajo 100% remoto.

Herramientas como Office 365, Canva, Mural, OneDrive, Hubspot, Siigo, y AWS y Google Drive, entre otros, sumado a una planificación estratégica basada en resultados, nos ha permitido mejorar cada vez mas este sistema, hemos establecido una serie de herramientas virtuales que nos han permitido dar continuidad a este sistema, que propende por un bienestar general de los trabajadores, al tiempo que aporta a los resultados empresariales.

Objetivo 4: Mantener y mejorar el sistema de trabajo remoto

Dimensión 4: Prácticas ambientales

ODS: 13

El beneficio del sistema remoto no solo se traduce en un bienestar y la productividad de los empleados y colaboradores, también reduce la emisión de CO2 al limitar la necesidad de transporte.

La implementación de las herramientas nombradas anteriormente, reducen la necesidad de reuniones presenciales, que se traduce en menos emisiones de GEI. En caso de ser necesario, procuramos el uso del transporte público, la bicicleta o medios alternativos como patinetas eléctricas.

Destacamos que el nuevo modelo de negocio genera un impacto menor ambientalmente debido a que es un sistema 100% virtual.

Objetivo 5: Desarrollar acciones en pro de la comunidad artística de tuToque

Dimensión 5: Prácticas con la comunidad.

ODS: 1 y 8

En la dimensión 5 tenemos aportes de los objetivos 1, 2 y 5. Ya hemos hablado del nuevo modelo de negocio que reinvierte el 5% de los ingresos en la comunidad artística, y los nuevos eventos que generan oportunidades de trabajo a los artistas.

En el día a día hemos comprendido los artistas no solo necesitan eventos, pero también necesitan entender cómo lograr más de estos eventos. En este sentido creamos un proyecto enfocado en el fortalecimiento de capacidades de los artistas en temas de mercadeo y ventas.

Objetivo 5: Desarrollar acciones en pro de la comunidad artística de tuToque

Dimensión 5: Prácticas con la comunidad.

ODS: 1 y 8

El objetivo de este es que los artistas tengan herramientas útiles que les permitan mejorar su presencia digital, que comprendan mejor conceptos básicos de marketing digital, de redes sociales, de marca personal, y puedan aplicarlos a sus proyectos artísticos.

El proyecto fue presentado a la Convocatoria Es Cultura Local de la Localidad de Chapinero y fue uno de los ganadores. La implementación se realizará durante el primer semestre del 2024 y esperamos impactar a al menos 50 artistas con procesos de capacitación.

PASO 4: Integrar

Del análisis de cadena de valor encontramos varios aspectos a considerar: Por una parte vemos que la creación del nuevo modelo de negocio mejora la situación financiera de la empresa, vital para mantener actividades. Sin embargo, va en detrimento de la oferta de nuevas oportunidades de trabajo para los artistas.

Por otra parte el nuevo modelo tiene un impacto ambiental mucho menor, pues es 100% virtual y no genera todos los costos asociados a la creación de un evento artístico. Nos encontramos entonces con una disyuntiva entre la generación de empleo y la creación de trabajo para los artistas.

Integración



Para contrarrestar esto, hemos desarrollado la estrategia de reinversión del 5% del nuevo modelo de negocio, que sumado al proyecto de fortalecimiento de capacidades para los artistas en temas de mercadeo y ventas, propenden por el desarrollo de nuevas oportunidades laborales para los artistas.

De esta forma logramos: Mejorar las condiciones financieras de la empresa que redundan en mejores condiciones laborales; reducimos el impacto ambiental indirecto generado por los eventos y al tiempo desarrollamos programase inversiones que buscan generar espacios en pro del trabajo artístico.

Integración



Dentro de los compromisos adquiridos se contempla la opción de que los empleados puedan adquirir acciones en la empresa.

En relación a este tema, es importante destacar que tuToque ha realizado inversiones significativas para desarrollar un modelo de negocio tipo marketplace para eventos. Sin embargo, los resultados no han cumplido las expectativas, lo que ha generado dificultades en el flujo de caja y ha requerido una rotación elevada en el equipo. Esta situación ha obstaculizado la viabilidad de ofrecer acciones a los empleados. Por consiguiente, estamos explorando nuevas ideas que nos permitan implementar un modelo de participación accionaria en el futuro.

Integración



6. CONCLUSIONES

1. El nuevo modelo de negocio ha generado un cambio relevante en impacto que queremos lograr en cuanto a generación de oportunidades para los artistas. No obstante hemos buscado la manera de compensar estos cambios, mediante la reinversión de recursos y la creación de nuevos proyectos enfocados en fortalecimiento de capacidades.
2. El modelo de negocio tradicional está en etapa de evaluación: Con base en resultados del siguiente año se considerarán ajustes que permitan enfocar las capacidades de la empresa a las actividades que tengan el impacto más relevante en las comunidades de artistas con las que trabajamos.

6. CONCLUSIONES

1. Tenemos una deuda con nuestros trabajadores, específicamente en nuestro compromiso de prácticas laborales, enfocado en la opción de participación accionaria. El comportamiento de los modelos de negocio determinará en gran medida las acciones a tomar en relación con este punto.
2. Nuestro trabajo con la comunidad se ha fortalecido. Continuaremos en 2024 con nuevos proyectos e ideas que provean a los artistas de herramientas útiles que les ofrezcan más y mejores oportunidades laborales.

MUCHAS GRACIAS



*Promovemos la **cultura** como motor de
desarrollo*

