



Marcello Guerrero | Alberto Primo



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO:**

**ZEPHYR MUSIC MARKETING - Agencia de marketing digital para artistas  
musicales independientes**

**Grado en Marketing**

**TUTORES:**

**Dr. Manuel Primo Prieto  
María del Pilar**

**AUTORES:**

**Alberto Primo Blanco  
Marcello Sebastian Guerrero Garibaldi**

**CURSO 2022/2023**





# Agradecimientos

Manuel Primo Prieto

Maria del Pilar

Marco Cofrades

Sergio Gómez

Nuestros amigos más cercanos

## Dedicatoria

### **Dedicatoria de Alberto:**

Este trabajo tan bonito lo quiero dedicar a mi familia, que me han comprendido y me han apoyado en todo momento para continuar trabajando durante horas y no perder la motivación.

A mi novia, Molly, que ha estado manteniendo mi ánimo al 100% y atenta a cada situación a la que hemos tenido que enfrentarnos en este trabajo. Has conseguido ser el apoyo más grande que he tenido y la persona que más me ha hecho creer en que lo íbamos a conseguir.

### **Dedicatoria de Marcello:**

A mi amada familia, vuestra inquebrantable paciencia y amor han sido mi guía constante en el desarrollo de este proyecto. Gracias por mantenerme motivado y por ser mi faro en los momentos de estrés. A mi querida madre y sus velas, que siempre iluminan mi camino y mi corazón.. Este logro es vuestro también.

### **Dedicatoria de Grupo:**

Dedicamos este trabajo a todos los artistas musicales independientes, aquellos que con su pasión y talento nos inspiran día tras día. A aquellos que han decidido seguir su propio camino y luchan incansablemente para hacerse oír a través de su arte.

A todos los artistas que han confiado en nosotros y a aquellos que aún no conocemos, queremos decirles que estamos comprometidos a ser su aliado en esta aventura.

## Abstract / Resumen

Este proyecto presenta un enfoque integral de marketing digital para artistas musicales independientes, centrado en soluciones personalizadas y apoyo en branding, gestión de redes sociales, promoción de eventos y análisis. Buscamos mejorar la visibilidad y el alcance de los artistas en la competitiva industria musical. Valoramos los desafíos únicos que enfrentan los músicos independientes y ofrecemos servicios especializados que se alinean con sus metas y aspiraciones. A través de paquetes de marketing personalizados, empoderamos a los artistas para que se enfoquen en su arte mientras nosotros nos encargamos de la promoción. Fomentamos la colaboración estrecha con nuestros clientes, adaptando nuestras estrategias a sus necesidades específicas. Nuestro enfoque se basa en una investigación de mercado sólida, análisis de competidores y retroalimentación de los clientes. Buscamos brindar servicios vanguardistas que brinden resultados tangibles. En resumen, nuestro proyecto refleja nuestro compromiso de apoyar a los artistas musicales independientes en su búsqueda de reconocimiento y éxito.

Palabras clave: Marketing digital, Artistas musicales independientes, Soluciones personalizadas, Gestión de redes sociales, Promoción de eventos, Análisis, Colaboración, Investigación de mercado.

This project presents a comprehensive approach to digital marketing for independent music artists, focusing on providing tailored solutions and support in branding, social media management, event promotion, and analytics. Our goal is to enhance visibility and reach for artists in the highly competitive music industry. We value the unique challenges faced by independent musicians and offer specialized services that align with their goals and aspirations. Through personalized marketing packages, we empower artists to focus on their art while we handle the promotion. We foster close collaboration with our clients, adapting our strategies to their specific needs. Our approach is based on thorough market research, competitor analysis, and client feedback, aiming to deliver cutting-edge services that yield tangible results. In summary, our project reflects our commitment to supporting independent music artists in their pursuit of recognition and success.

Keywords: Digital marketing, Independent music artists, Tailored solutions, Social media management, Event promotion, Analytics, Collaboration, Market research.

# ÍNDICE

<b>Confirmación de originalidad.....</b>	<b>2</b>
<b>Permiso de divulgación.....</b>	<b>3</b>
<b>Agradecimientos.....</b>	<b>4</b>
<b>Dedicatoria.....</b>	<b>5</b>
<b>Abstract / Resumen.....</b>	<b>6</b>
<b>ÍNDICE.....</b>	<b>7</b>
<b>Resumen ejecutivo.....</b>	<b>11</b>
<b>1. Presentación del proyecto.....</b>	<b>12</b>
1.1. La idea.....	12
1.2. Actores del proyecto.....	12
1.3. Origen de la idea, razones y motivos.....	13
1.4. Segmentos de mercado y propuesta de valor.....	14
1.4.1. Segmentos de mercado.....	14
1.4.2. Propuesta de valor.....	15
<b>2. Análisis estratégico.....</b>	<b>18</b>
2.1 Análisis del entorno exterior.....	18
2.3. Análisis del sector en general.....	21
2.3.1 Análisis PORTER.....	21
2.3.1.1. Rivalidad entre competidores existentes.....	21
2.3.1.2. Amenaza de nuevos competidores.....	21
2.3.1.3. Amenaza de productos o servicios sustitutos.....	22
2.3.1.4. Poder de negociación de los proveedores.....	22
2.3.1.5. Poder de negociación de los clientes.....	22
<b>3. Análisis del mercado. Segmentación.....</b>	<b>24</b>
3.1. Mercado secundario.....	24
3.2. Mercado primario.....	26
3.3. Buyer persona.....	43
3.3.1. Conclusión de los Buyer Persona.....	45
3.4. Customer journey.....	46
3.4.1. Customer Journey del DJ y productor con pocos seguidores.....	48
3.4.2. Customer Journey del DJ y productor independiente establecido con enfoque en relación a largo plazo.....	50
<b>4. La competencia: Identificación de los competidores industriales y de mercado.....</b>	<b>54</b>
4.1. Análisis descriptivo.....	54
4.1.1. La caja visual ( <a href="https://lacajavisual.com/">https://lacajavisual.com/</a> ).....	56
4.1.2. Los amigos digitales ( <a href="https://losamigosdigitales.com/">https://losamigosdigitales.com/</a> ).....	62
4.1.3. Bomobota Agency ( <a href="https://bombota.co/">https://bombota.co/</a> ).....	66
4.1.4. Nación artista ( <a href="https://nacionartista.com/">https://nacionartista.com/</a> ).....	69
4.1.5. Independiza Música ( <a href="https://www.independizamusica.com/">https://www.independizamusica.com/</a> ).....	71
4.1.6. Dispersion PR ( <a href="https://www.dispersionpr.com/">https://www.dispersionpr.com/</a> ).....	74
4.2. Análisis comparativo.....	80



4.3. Ventaja competitiva.....	85
4.4. Diseño de la propuesta de valor.....	87
4.4.1. Concepto.....	87
4.4.2. Posicionamiento.....	88
4.4.3. Misión.....	90
4.4.4. Visión.....	91
4.4.5. Valores.....	91
4.4.6. Storytelling.....	92
4.4.7. Moodboard.....	93
4.4.8. Modelo de propuesta de valor.....	94
<b>5. Diagnóstico.....</b>	<b>95</b>
5.1. Análisis DAFO.....	95
5.1.1. Debilidades.....	96
5.1.2. Amenazas.....	96
5.1.3. Fortalezas.....	96
5.1.4. Oportunidades.....	97
5.1.5. Conclusiones del análisis DAFO.....	97
<b>6. Definición de objetivos y estrategias.....</b>	<b>98</b>
6.1. Objetivos de marketing y ventas.....	98
6.2. Objetivos de comunicación.....	98
6.3. Determinación de las estrategias de Marketing.....	99
6.3.1. Diferenciación.....	99
6.3.2. Crecimiento.....	101
6.3.3. Liderazgo en costes.....	102
6.3.4. Alianzas estratégicas.....	103
<b>7. Marketing mix.....</b>	<b>105</b>
7.1. BUSINESS MODEL CANVAS.....	105
7.1.1. Segmentos de Clientes:.....	105
7.1.2. Propuesta de Valor:.....	106
7.1.3. Canales de Distribución:.....	106
7.1.4. Relación con los Clientes:.....	106
7.1.5. Fuentes de Ingresos:.....	106
7.1.6. Recursos Clave:.....	107
7.1.7. Actividades Clave:.....	107
7.1.8. Colaboradores:.....	107
7.1.9. Estructura de Costos:.....	107
7.2. PRODUCTO/SERVICIO:.....	108
7.3. PRECIO.....	110
7.3.1. Pack Básico de Marketing Digital:.....	110
7.3.1.1. Gestión de redes sociales:.....	110
7.3.1.2. Elaboración de newsletters:.....	111
7.3.1.3. Creación de plantillas de diseño gráfico para redes sociales y eventos:....	111
7.3.1.4. Consultoría de monetización de contenidos:.....	111

7.3.2. Pack de Lanzamiento Musical:.....	112
7.3.2.1. Campañas de promoción:.....	112
7.3.2.2. Creación de videos promocionales:.....	112
7.3.2.3. Gestión de perfiles en plataformas de streaming:.....	113
7.3.2.4. Desarrollo de estrategias de branding:.....	113
7.3.3. Pack de Promoción de Eventos:.....	113
7.3.3.1. Estrategia de promoción del evento:.....	114
7.3.3.2. Creación de materiales de promoción:.....	114
7.3.3.3. Promoción en redes sociales:.....	114
7.3.3.4. Colaboraciones y alianzas estratégicas:.....	115
7.3.4. Pack Completo de Marketing Artístico:.....	115
7.3.4.1. Todos los packs anteriores:.....	116
7.3.4.2. Networking con otros artistas:.....	116
7.3.4.3. Creación y gestión de un blog:.....	116
7.3.4.4. Creación y gestión de Smartlinks (Linktree):.....	117
7.3.4.5. Colaboración con influencers y creadores de contenido:.....	117
7.3.4.6. Gestión de relaciones con la prensa:.....	117
7.4. DISTRIBUCIÓN.....	118
7.5. COMUNICACIÓN.....	121
7.5.1. Branding. Identidad Corporativa.....	121
7.5.1.1. Logotipo.....	122
7.5.1.2. Isotipo.....	124
7.5.1.3. Tipografía.....	127
7.5.1.4. Colores.....	130
7.5.1.5. Sistema gráfico adaptativo.....	132
7.5.1.6. Aplicaciones.....	134
7.5.2. Diseño de plan de comunicación.....	139
7.5.2.1. Para artistas independientes:.....	139
7.5.2.1.1. Desarrollo de contenido relevante:.....	139
7.5.2.1.2. Social media marketing:.....	139
7.5.2.1.2. Gestión de relaciones:.....	139
7.5.2.2. Para artistas con trayectoria:.....	139
7.5.2.2.1. Mantenimiento de presencia en línea:.....	139
7.5.2.2.2. Expansión de la audiencia global:.....	140
7.5.2.2.3. Gestión de marca:.....	140
7.5.2.2.4. Medición y análisis de resultados:.....	140
7.5.2.2.5. Optimización y mejora continua:.....	141
7.5.3. Inbound marketing.....	142
<b>8. Plan económico financiero.....</b>	<b>149</b>
8.1. Constitución de la sociedad y formas de financiación.....	149
8.1.2. Forma jurídica de la sociedad.....	149
8.1.3. Inversión necesaria.....	150
8.1.3.1. Activos no corrientes (inmovilizado).....	151
8.1.3.2. Forma de financiación.....	152

8.1.4. Identificación de los servicios.....	154
8.1.5. Estimación del número de clientes potenciales.....	155
8.2. Previsiones.....	156
8.2.1. Cuenta de provisiones de tesorería.....	156
8.2.2. Cuenta de resultado.....	159
8.2.3. Previsiones de amortización.....	161
8.2.4. Previsiones de costes de personal.....	162
8.2.5. Punto muerto.....	164
8.3. Cálculos.....	165
8.3.1. Impuestos sobre el Valor Añadido.....	165
8.3.2. Balance provisional.....	166
8.4. Análisis del resultado del ejercicio a los efectos de la viabilidad del negocio.....	167
<b>9. Opinión personal.....</b>	<b>168</b>
<b>10. Bibliografía.....</b>	<b>169</b>
<b>11. Índice de figuras.....</b>	<b>174</b>
<b>12. Índice de tablas.....</b>	<b>175</b>
<b>13. Índice de gráficos.....</b>	<b>176</b>

## Resumen ejecutivo

Zephyr es una agencia de marketing digital especializada en la industria musical, con un enfoque principal en artistas musicales independientes. Nuestro objetivo es ayudar a estos artistas a desarrollar una presencia en línea sólida, promover su música y aumentar su visibilidad en el mercado.

Para lograr esto, hemos llevado a cabo un análisis exhaustivo del mercado y hemos identificado las necesidades y deseos de nuestro público objetivo a través de encuestas y estudios de mercado. Con base en esta información, hemos diseñado una amplia gama de servicios que abarcan desde la gestión de redes sociales y presencia en línea, hasta estrategias de contenido, marketing de influencia y promoción en línea.

En términos de estructura empresarial, hemos optado por constituirnos como una Sociedad de Responsabilidad Limitada, con tres socios aportando un capital social de 2.980€. Esta forma jurídica nos brinda una estructura legal sólida y nos permite gestionar eficientemente los recursos y las finanzas de la agencia.

En cuanto a la viabilidad económica del proyecto, hemos realizado proyecciones financieras detalladas que indican un beneficio tras impuestos de 124.033,05€ en el primer año. Esto demuestra que el negocio es viable y tiene un potencial significativo para generar ganancias.

Además de nuestros servicios principales, hemos desarrollado packs de precios adaptados a las necesidades de los artistas. Esto nos permite ofrecer un enfoque integral y completo para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

En resumen, nuestra agencia de marketing digital para artistas musicales independientes se presenta como una propuesta sólida y prometedora. Con una amplia gama de servicios, una estructura empresarial adecuada y proyecciones financieras favorables, estamos seguros de que podemos brindar un valor significativo a nuestros clientes y establecernos como un socio confiable en el ámbito de la promoción y el marketing en la industria musical.

# 1. Presentación del proyecto

## 1.1. La idea

Nuestra agencia de marketing digital para artistas ofrece servicios de marketing y estrategia digital a artistas emergentes y establecidos que buscan aumentar su visibilidad en línea. Ofrecemos servicios personalizados de marketing digital para artistas, incluyendo gestión de redes sociales, publicidad en línea, relaciones públicas y branding, todo diseñado para ayudar a nuestros clientes a alcanzar el éxito en el mundo digital. Como una agencia innovadora, estamos comprometidos con el éxito de nuestros clientes y nos esforzamos por ofrecer soluciones efectivas y creativas.

## 1.2. Actores del proyecto

**Artistas:** son el público objetivo y los clientes de la agencia. Incluye a artistas emergentes y establecidos que buscan aumentar su visibilidad en línea y mejorar su estrategia de marketing.

**Equipo de la agencia:** serían los profesionales de marketing digital que trabajarán en la agencia. Incluye a expertos en redes sociales, publicidad en línea, relaciones públicas y branding, y otros especialistas en marketing digital.

**Inversores:** aquellos que proporcionarán los fondos necesarios para lanzar y hacer crecer la agencia.

**Proveedores de servicios externos:** pueden incluir a empresas que proporcionan servicios de alojamiento web, servicios de diseño gráfico, herramientas de análisis web y otros servicios relacionados con el marketing digital que se necesiten para llevar a cabo el proyecto.

**Competidores en el mercado:** otras agencias de marketing digital que también se dedican a ofrecer servicios similares.

### 1.3. Origen de la idea, razones y motivos

El mundo de la música ha cambiado significativamente en los últimos años, gracias a la digitalización y a las redes sociales. Aunque esto ha hecho que sea más fácil para los artistas emergentes y nuevos artistas hacerse notar, también ha creado nuevos desafíos en la industria de la música. Uno de los mayores desafíos es que los artistas ya no pueden depender exclusivamente de las discográficas para impulsar sus carreras.

Cada vez son más los artistas que deciden tomar el control de sus propias carreras y buscar alternativas fuera de las discográficas. Las discográficas tradicionales han disminuido en importancia debido al aumento de las ventas digitales, la disminución de las ventas de discos físicos y el aumento de la competencia. Muchos artistas se sienten decepcionados por la falta de apoyo y creatividad que las discográficas pueden ofrecer, y prefieren optar por sus propios esfuerzos para crecer en la industria musical.

Según un artículo publicado en Forbes (2021), las discográficas no son la única opción para los artistas emergentes en la actualidad. Las plataformas de streaming, la publicidad en línea y las redes sociales pueden ayudar a los artistas a llegar a un público global sin la necesidad de una gran discográfica detrás de ellos. Sin embargo, para aprovechar estas oportunidades, los artistas necesitan tener una estrategia de marketing digital bien pensada y efectiva.

Es aquí donde una agencia de marketing digital especializada en artistas musicales puede marcar la diferencia. Al ofrecer servicios de marketing digital personalizados, la agencia puede ayudar a los artistas a destacar en un mercado cada vez más competitivo y aumentar su visibilidad en línea. La agencia puede brindar asesoramiento y guía a los artistas en su estrategia digital, desde la creación de contenidos hasta la publicidad en línea y el manejo de las redes sociales.

En conclusión, los artistas musicales emergentes se enfrentan a nuevos desafíos en la industria musical y ya no pueden depender exclusivamente de las discográficas para impulsar sus carreras. Las oportunidades digitales son cada vez más

importantes y una agencia de marketing digital especializada en artistas puede ayudar a estos artistas a destacar en un mercado competitivo y lograr el éxito que buscan.

## 1.4. Segmentos de mercado y propuesta de valor

### 1.4.1. Segmentos de mercado

<p>Jóvenes artistas emergentes</p>	<p>Artistas jóvenes que están comenzando su carrera en la música y necesitan construir su presencia en línea y llegar a una audiencia global. Muchos artistas jóvenes no tienen los recursos ni la experiencia para promocionarse de manera efectiva y alcanzar un público más amplio.</p>
<p>Artistas independientes</p>	<p>Artistas que no tienen un contrato con una discográfica y necesitan ayuda para construir su marca, promocionar su música y generar ingresos a través de plataformas de streaming y ventas de merchandising en línea. Al no contar con el apoyo de una discográfica, estos artistas tienen que ser más independientes y tener un enfoque más estratégico para promocionar su música.</p>
<p>Artistas con trayectoria en la industria</p>	<p>Artistas que ya tienen una carrera establecida en la industria de la música y necesitan mantener su presencia en línea y expandir su audiencia global. A</p>

	<p>pesar de que estos artistas ya tienen un seguimiento de fans establecido, es importante que sigan siendo relevantes y actualizados en el mundo digital.</p>
--	--

1.4.2. Propuesta de valor

Beneficios	Experiencias
Características	



**Beneficios:**

- Aumento de la visibilidad y el alcance de los artistas en línea, lo que les permitirá llegar a un público más amplio y potencialmente obtener más oportunidades de trabajo.
- Mayor compromiso con los seguidores, lo que fomentará la fidelidad y el crecimiento a largo plazo de la base de fans.
- Generación de ingresos a través de la venta de música, entradas para conciertos y merchandising, impulsados por una estrategia de marketing digital efectiva.
- Asesoramiento y apoyo constante en la gestión de la marca y la promoción de la música.

**Características:**

- Servicios personalizados adaptados a las necesidades y objetivos específicos de cada artista.
- Experiencia en la industria musical y en marketing digital.



- Creatividad y originalidad en la creación de contenido y estrategias de marketing.
- Resultados medibles y una estrategia de seguimiento continua para medir el éxito y hacer ajustes cuando sea necesario.
- Asesoramiento y seguimiento continuo en las últimas tendencias de marketing digital y adaptación a los cambios en la industria musical.

#### Experiencias:

- Una experiencia personalizada que se ajusta a las necesidades específicas de cada artista y su música.
- Una relación personalizada y de colaboración que se establece entre la agencia y el artista para trabajar en conjunto para alcanzar sus objetivos.
- Una experiencia de aprendizaje continuo para el artista, que le permitirá mejorar en su comprensión del marketing digital y las tendencias en la industria musical.
- Una experiencia de éxito, medida por los resultados tangibles que se logran a través de la estrategia de marketing digital efectiva implementada por la agencia.

Para la parte de nuestro público objetivo, el círculo de necesidades, deseos e inquietudes, identificamos la información para nuestros tres segmentos de mercado a los que nos vamos a dirigir.

#### Jóvenes artistas emergentes:

- **Necesidades** de una presencia en línea efectiva para llegar a un público más amplio y obtener oportunidades de trabajo.
- **Deseos** de diferenciarse de otros artistas emergentes y establecer una identidad única para su marca musical.
- **Inquietudes** por la falta de recursos y conocimientos para crear y mantener una estrategia de marketing digital efectiva.

#### Artistas independientes:

- **Necesidades** de tener un equipo de marketing y estrategia de marca que les ayude a competir en el mercado musical.

- **Deseos** de maximizar su alcance y su impacto en línea para llegar a nuevos seguidores y ampliar su base de fans.
- **Inquietudes** por la falta de tiempo y recursos para investigar, crear y mantener una estrategia de marketing digital efectiva.

Artistas con trayectoria en la industria:

- **Necesidad** de mantener la relevancia en la industria musical y generar nuevas oportunidades de trabajo.
- **Deseo** de una mayor comprensión de las tendencias actuales del marketing digital y cómo pueden aplicarse específicamente a la industria musical.
- **Inquietud** por la falta de tiempo o recursos para investigar, crear y mantener una estrategia de marketing digital efectiva que esté a la altura de su reputación.

## 2. Análisis estratégico

### 2.1 Análisis del entorno exterior

El análisis PESTEL que realizamos para la agencia de marketing digital para artistas emergentes y con trayectoria nos permitió evaluar el entorno externo en el que operará la empresa en España. A través del análisis de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ambientales, pudimos identificar las tendencias y cambios en el mercado que afectarán la estrategia de la empresa, y prepararnos para aprovechar las oportunidades y enfrentar los desafíos que presenta el entorno externo. Con la información recopilada del análisis PESTEL, la empresa puede desarrollar una estrategia sólida y efectiva para tener éxito en el mercado de la industria musical. A continuación, presentamos el análisis PESTEL para nuestra agencia de marketing para artistas.

Político	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Las políticas gubernamentales en torno a los derechos de autor pueden afectar el acceso a la música y el contenido en línea.</li> <li>● Los cambios en las políticas fiscales pueden afectar los ingresos y los gastos de los artistas y sus equipos.</li> </ul>
Económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>● El estado de la economía en España y en otros países puede afectar la demanda de música y el poder adquisitivo de los consumidores.</li> <li>● Las fluctuaciones en las tasas de cambio de divisa pueden afectar la rentabilidad de las ventas de música y servicios de marketing digital en el extranjero.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los cambios en los hábitos de consumo pueden afectar la forma en que los consumidores acceden y pagan por la música y los servicios digitales.</li> </ul>
Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los cambios en los valores sociales y culturales pueden influir en la forma en que se percibe la música y la imagen de los artistas.</li> <li>• La creciente conciencia social y la preocupación por cuestiones como la igualdad de género y la diversidad pueden influir en la forma en que los artistas son vistos y comercializados.</li> </ul>
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las innovaciones tecnológicas pueden crear nuevas oportunidades para la distribución y promoción de la música, así como para la creación y producción de contenido musical.</li> <li>• La rapidez de los cambios tecnológicos puede dificultar la adaptación a las nuevas tendencias y tecnologías en la industria musical.</li> <li>• Las tendencias tecnológicas pueden cambiar la forma en que se consume y se accede a la música y el contenido digital.</li> </ul>
Ecológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La conciencia ambiental puede influir en la percepción y valoración de los artistas y sus prácticas empresariales.</li> <li>• Los cambios en la regulación ambiental pueden afectar los costos y prácticas comerciales de la industria musical.</li> </ul>
Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las leyes y regulaciones en torno a la propiedad intelectual y los derechos de autor pueden afectar la comercialización de la música y la creación de</li> </ul>

	<p>contenido.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Las leyes laborales y de contrato pueden afectar la relación entre los artistas y sus equipos.</li> <li>● Las leyes fiscales y de impuestos pueden afectar los ingresos y gastos de los artistas y sus equipos.</li> </ul>
--	---

Por lo tanto, a partir del análisis PESTEL, podemos concluir que el entorno exterior en el que se desenvolverá nuestra agencia de marketing digital para artistas está lleno de oportunidades y desafíos. El panorama político es estable y promueve la inversión extranjera, lo que es una gran oportunidad para la agencia en caso de que quiera expandirse a nivel internacional. El entorno económico es favorable en términos generales, con un aumento en la inversión en tecnología y una mayor adopción de medios digitales.

El entorno social está evolucionando y cada vez más personas están consumiendo contenido en línea, lo que es beneficioso para nuestro negocio, pero también se espera que los cambios en los gustos y preferencias del consumidor sean constantes y rápidos. La tecnología está en constante evolución, lo que puede ser una ventaja para la agencia, ya que permitirá la implementación de nuevas herramientas y tecnologías para mejorar la calidad de los servicios, pero también significa que la competencia puede estar en constante cambio y evolución.

El entorno legal y regulatorio es complejo y cambia constantemente, lo que puede dificultar el cumplimiento de las normativas, pero también puede presentar oportunidades para diferenciarse de la competencia. Por último, el entorno ambiental y la sostenibilidad se están volviendo cada vez más importantes para los consumidores y las empresas, y nuestra agencia podría destacar en el mercado si logra implementar prácticas sostenibles en su operación diaria y en la prestación de servicios.

## 2.3. Análisis del sector en general

### 2.3.1 Análisis PORTER

#### 2.3.1.1. Rivalidad entre competidores existentes

Rivalidad entre los competidores existentes: La competencia en la industria de la música digital es intensa debido a la presencia de numerosas empresas en el mercado (Murphy, 2020, p.1). Sin embargo, las tecnologías digitales también han creado nuevas oportunidades para los músicos independientes al permitirles acceder a una amplia variedad de servicios de producción, distribución, promoción y marketing ofrecidos a precios asequibles a través de plataformas digitales (Kawashima, 2019, p.6). Esto ha permitido a los músicos independientes tener un mayor control sobre la distribución y promoción de su música y competir en igualdad de condiciones con las grandes discográficas.

Es importante destacar que los músicos independientes necesitan estar dispuestos a adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado y las tendencias de consumo, y experimentar con nuevas estrategias de marketing para mantenerse competitivos (Murphy, 2020, p.1). Además, las redes sociales y los sitios web también han permitido a los músicos interactuar con sus fans y recopilar información valiosa para futuras investigaciones de mercado (Kawashima, 2019, p.6).

#### 2.3.1.2. Amenaza de nuevos competidores

La industria de la música digital ha experimentado una importante transformación estructural impulsada por un entorno de nuevos medios en rápida evolución y la evolución de la transmisión de música como formato de consumo dominante (Murphy, 2020, p.1). Sin embargo, las barreras de entrada son altas debido a la necesidad de capital y recursos significativos para grabar y producir música, promocionarla y establecer una base de fanáticos leales. A pesar de esto, los músicos independientes ahora pueden acceder a una variedad de servicios para producción musical, distribución, promoción y marketing ofrecidos a precios asequibles a través de tecnologías y servicios digitales (Kawashima, 2021, p.6).

#### 2.3.1.3. Amenaza de productos o servicios sustitutos

Las tecnologías digitales han creado nuevas formas de consumir y producir música, lo que ha aumentado la competencia y la disponibilidad de productos y servicios sustitutos, como la música en streaming o la música gratuita en plataformas en línea (Murphy, 2020, p.1). Esto ha afectado la rentabilidad de la industria musical y ha creado desafíos para los músicos independientes que buscan promover su música en un mercado cada vez más saturado. Sin embargo, los músicos independientes también pueden utilizar las redes sociales y sitios web para interactuar con sus fans y recopilar información valiosa para futuras investigaciones de mercado (Kawashima, 2021, p.6).

#### 2.3.1.4. Poder de negociación de los proveedores

En la industria de la música digital, los proveedores incluyen las discográficas, distribuidoras de música y plataformas de streaming (Murphy, 2020, p.1). Estas empresas tienen un alto poder de negociación debido a su capacidad para establecer términos y condiciones para la distribución y promoción de la música. Esto puede ser un desafío para los músicos independientes que buscan acceder a los mercados de música digitales. No obstante, los músicos independientes ahora pueden acceder a una variedad de servicios para producción musical, distribución, promoción y marketing ofrecidos a precios asequibles a través de tecnologías y servicios digitales (Kawashima, 2021, p.6).

#### 2.3.1.5. Poder de negociación de los clientes

En la era digital, los consumidores tienen una amplia gama de opciones para acceder y consumir música. Los músicos independientes deben comprender las tendencias y las preferencias del consumidor y estar dispuestos a experimentar con nuevas estrategias de marketing para satisfacer las necesidades del mercado (Murphy, 2020, p.6). Además, los músicos independientes pueden utilizar las redes sociales y sitios web para interactuar con sus fans y recopilar información valiosa para futuras investigaciones de mercado (Kawashima, 2021, p.6).

En conclusión, el análisis de Porter de la industria de la música digital revela un mercado altamente competitivo con una intensa rivalidad entre competidores existentes. Sin embargo, la evolución de las tecnologías digitales ha creado nuevas oportunidades para los músicos independientes, lo que les ha permitido competir en igualdad de condiciones con las grandes discográficas. Aunque las barreras de entrada son altas debido a la necesidad de capital y recursos significativos, los músicos independientes pueden acceder a una variedad de servicios para producción musical, distribución, promoción y marketing ofrecidos a precios asequibles a través de tecnologías y servicios digitales.

Por otro lado, la amenaza de productos o servicios sustitutos es una realidad para la industria, ya que las tecnologías digitales han creado nuevas formas de consumir y producir música, lo que ha aumentado la competencia y la disponibilidad de productos y servicios sustitutos. Además, los proveedores de la industria, como las discográficas y las plataformas de streaming, tienen un alto poder de negociación debido a su capacidad para establecer términos y condiciones para la distribución y promoción de la música, lo que puede ser un desafío para los músicos independientes que buscan acceder a los mercados de música digitales.

Finalmente, el poder de negociación de los clientes es alto debido a la amplia gama de opciones para acceder y consumir música en la era digital. Por lo tanto, los músicos independientes deben estar dispuestos a experimentar con nuevas estrategias de marketing para satisfacer las necesidades del mercado y comprender las tendencias y preferencias del consumidor. En resumen, el análisis Porter de la industria de la música digital demuestra la necesidad de los músicos independientes de adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado y las tendencias de consumo para mantenerse competitivos y tener éxito en un mercado altamente saturado.



## 3. Análisis del mercado. Segmentación

### 3.1. Mercado secundario

El mercado de la industria musical ha experimentado cambios radicales en las últimas décadas debido a la digitalización y la aparición de nuevas tecnologías (Apolo Valdivia, 2022, p. 2). Estos avances tecnológicos han transformado tanto los procesos creativos como los modelos de negocio en la industria (Apolo Valdivia, 2022, p. 3). La digitalización ha permitido la creación de nuevas formas de distribución y consumo de música, como las plataformas de streaming, las cuales han revolucionado el mercado musical (Apolo Valdivia, 2022, p. 2).

En este contexto de cambios tecnológicos y económicos, la inteligencia artificial ha surgido como una herramienta clave para mejorar los procesos creativos y productivos en la industria musical (Apolo Valdivia, 2022, p. 4). La inteligencia artificial ha transformado la forma en que se crea y se consume música, ofreciendo nuevas oportunidades tanto para los músicos como para los productores (Apolo Valdivia, 2022, p. 4).

Sin embargo, esta transformación también ha planteado desafíos importantes para los artistas independientes. La industria musical se enfrenta a un entorno cada vez más competitivo y globalizado, donde la diversidad y la experimentación son clave (Apolo Valdivia, 2022, p. 3). Los músicos independientes deben adaptarse a estos cambios y aprovechar las oportunidades que ofrece la inteligencia artificial para destacarse en el mercado (Apolo Valdivia, 2022, p. 4).

El marketing artístico se presenta como una herramienta fundamental para la promoción y difusión de nuevos proyectos musicales en el mercado (Cruz Cruz, 2022, p. 5). A través del marketing artístico, los artistas pueden construir una estrategia de comunicación efectiva, conectar con su público objetivo y aumentar su visibilidad (Cruz Cruz, 2022, p. 5). El éxito en la industria musical no solo depende de la calidad de la música, sino también de la capacidad de los artistas para construir relaciones duraderas con los fans y seguidores (Cruz Cruz, 2022, p. 6).

El marketing digital se ha convertido en una herramienta clave para la promoción y difusión de proyectos artísticos (Cruz Cruz, 2022, p. 7). Las redes sociales, los sitios web y las plataformas digitales ofrecen canales efectivos para llegar a un público amplio y diverso (Cruz Cruz, 2022, p. 7). Sin embargo, es importante que los artistas comprendan cómo utilizar estas herramientas correctamente para obtener resultados positivos (Cruz Cruz, 2022, p. 7).

El marketing musical también implica la creación de una experiencia única para los fans, ya sea a través de conciertos en vivo, merchandising exclusivo o contenido multimedia interactivo (Cruz Cruz, 2022, p. 6). Además, el marketing musical permite a los artistas llegar a un público más amplio y personalizar la experiencia musical para cada usuario (Sánchez-Saritama, Ramírez-Meza y Novillo-Maldonado, 2021, p. 5). Esto les brinda la oportunidad de construir su marca personal y establecer una conexión emocional con su audiencia (Sánchez-Saritama et al., 2021, p. 424).

El marketing digital ha permitido que los artistas independientes promocionen su música y se presenten al mercado sin necesidad de afiliarse a una organización o disquera (Sánchez-Saritama et al., 2021, p. 4). Plataformas digitales como YouTube, Spotify o SoundCloud les brindan la posibilidad de llegar a un público más amplio y diverso, lo que puede aumentar su base de fans y mejorar sus oportunidades de éxito (Sánchez-Saritama et al., 2021, p. 425).

El marketing digital ha generado un impacto significativo en la forma en que se promueve y distribuye la música, lo que ha llevado a una mayor competencia en el mercado (Sánchez-Saritama et al., 2021, p. 426). Sin embargo, también ha creado nuevas oportunidades para los artistas independientes y ha permitido una mayor diversidad en la música disponible para el público (Sánchez-Saritama et al., 2021, p. 426).

En resumen, la digitalización y la inteligencia artificial han transformado el panorama de la industria musical. La aparición de plataformas de streaming, el uso de herramientas de inteligencia artificial y el aprovechamiento del marketing digital han

creado nuevas oportunidades y desafíos para los artistas independientes. El marketing artístico se presenta como una herramienta esencial para la promoción y difusión de la música, permitiendo a los artistas llegar a un público más amplio, construir su marca personal y establecer conexiones emocionales con su audiencia.

Es importante que los artistas comprendan las últimas tendencias y novedades en la industria musical y en el mundo digital para adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades que se presenten. Además, deben evaluar cuidadosamente sus opciones y establecer un presupuesto realista antes de embarcarse en una campaña de marketing. Al utilizar estratégicamente el marketing artístico y digital, los artistas independientes pueden potenciar su presencia en el mercado y alcanzar el éxito en la industria musical.

### 3.2. Mercado primario

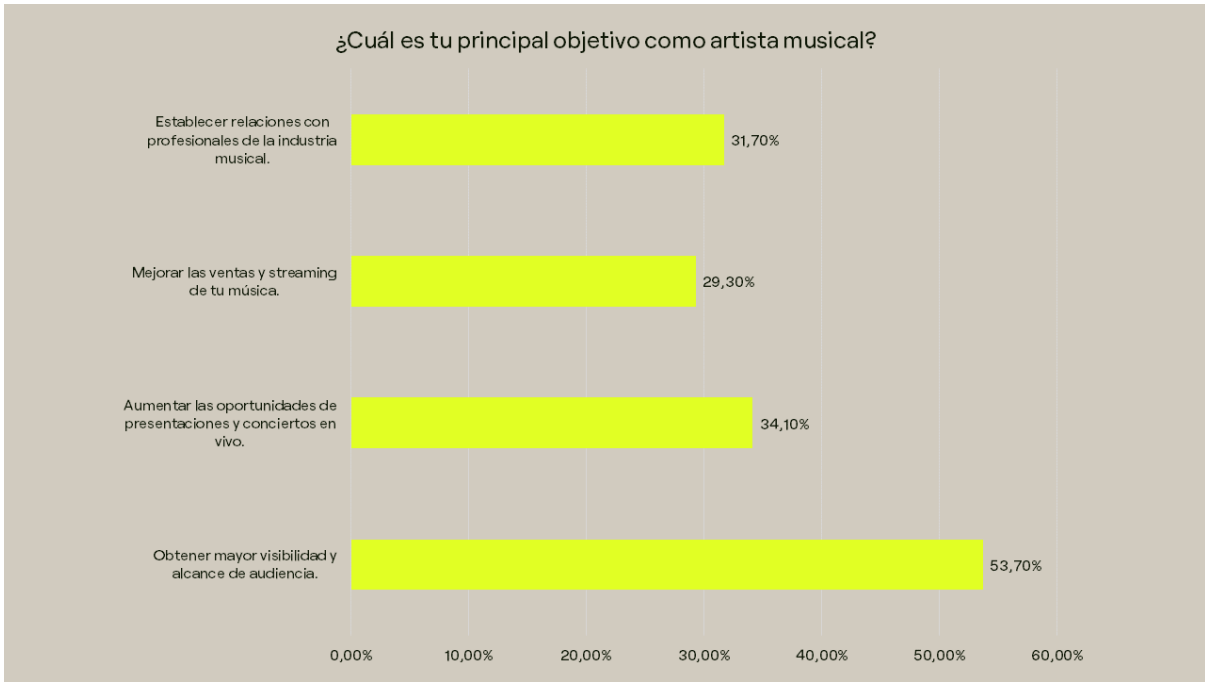
En esta sección, se presentan los resultados de las encuestas realizadas para obtener información relevante sobre el mercado primario en el contexto de la industria musical. El objetivo principal de estas encuestas fue recopilar datos y opiniones de los potenciales clientes y usuarios, con el fin de comprender mejor sus necesidades, preferencias y comportamientos.

Las encuestas se llevaron a cabo con una muestra representativa de 60 individuos aproximadamente que forman parte del mercado objetivo, incluyendo artistas musicales independientes y otros actores clave dentro de la industria. Se emplearon métodos de muestreo aleatorio y se recopiló información a través de cuestionarios estructurados, diseñados para obtener respuestas cuantitativas y cualitativas.

Los resultados obtenidos en estas encuestas proporcionan valiosa información para la toma de decisiones estratégicas en cuanto a la oferta de servicios y la planificación de acciones de marketing en el mercado primario. A través de un análisis detallado de los datos recopilados, se podrán identificar patrones, tendencias y necesidades comunes, lo cual permitirá adaptar y personalizar las soluciones ofrecidas para satisfacer las demandas de los clientes potenciales.

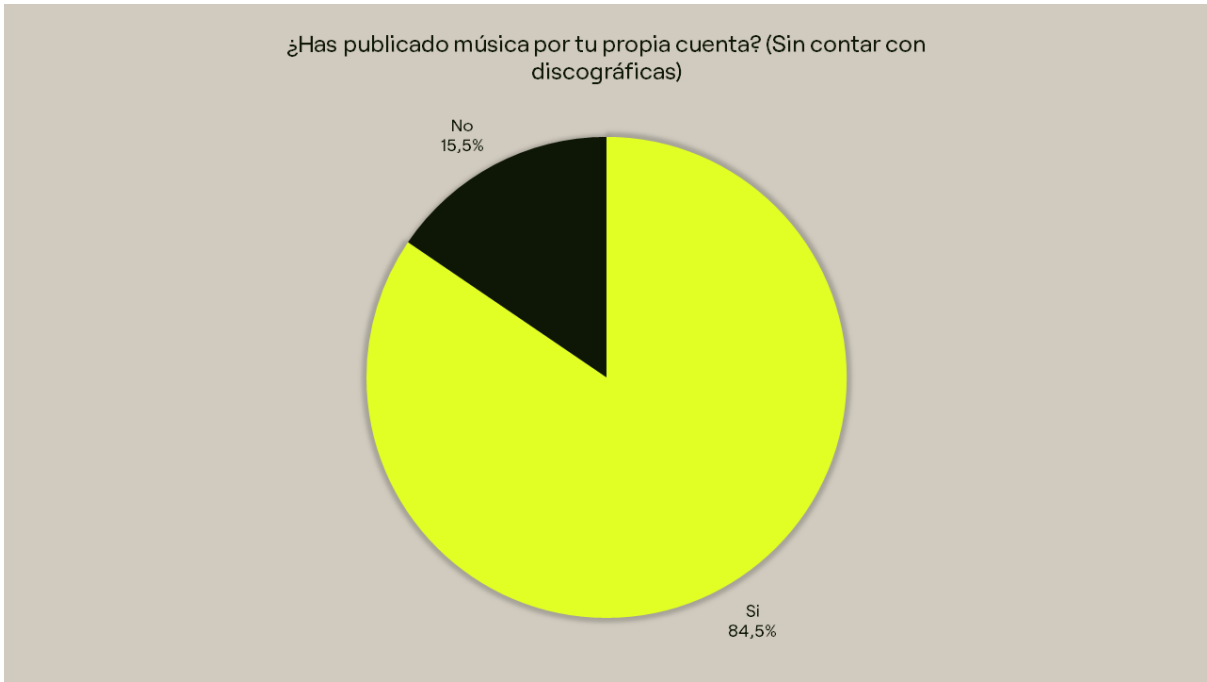
A continuación, se presentan los gráficos y descripciones correspondientes a los resultados de las encuestas, brindando una visión clara y concisa de las principales conclusiones obtenidas. Estos datos serán fundamentales para respaldar las decisiones estratégicas y la formulación de recomendaciones en el ámbito de la comercialización y promoción de artistas musicales independientes en el mercado primario.

Los datos de esta pregunta revelaron que la mayoría de los artistas musicales encuestados tienen como principal objetivo obtener una mayor visibilidad y alcance de audiencia, con un marcado 53,70%. Esto indica que los artistas están enfocados en aumentar su presencia y reconocimiento en el mercado musical, buscando llegar a un público más amplio y ganar seguidores. El segundo objetivo más común entre los encuestados es aumentar las oportunidades de presentaciones y conciertos en vivo, con un 34,10%. Esto sugiere que los artistas valoran la posibilidad de actuar en directo y conectarse con su audiencia en un entorno en vivo, ya sea en eventos, festivales u otros espacios musicales. En tercer lugar, se encuentra el objetivo de establecer relaciones con profesionales de la industria musical, con un 31,70%. Esto indica que los artistas reconocen la importancia de establecer contactos y conexiones con personas clave en la industria, como managers, productores, sellos discográficos y agentes de booking, para impulsar su carrera y acceder a oportunidades de crecimiento. Por último, se observa que mejorar las ventas y el streaming de la música es un objetivo relevante para el 29,30% de los encuestados. Esto sugiere que los artistas son conscientes de la importancia de generar ingresos a través de la distribución y reproducción de su música en plataformas digitales, así como de promover sus canciones para aumentar las ventas y el streaming.



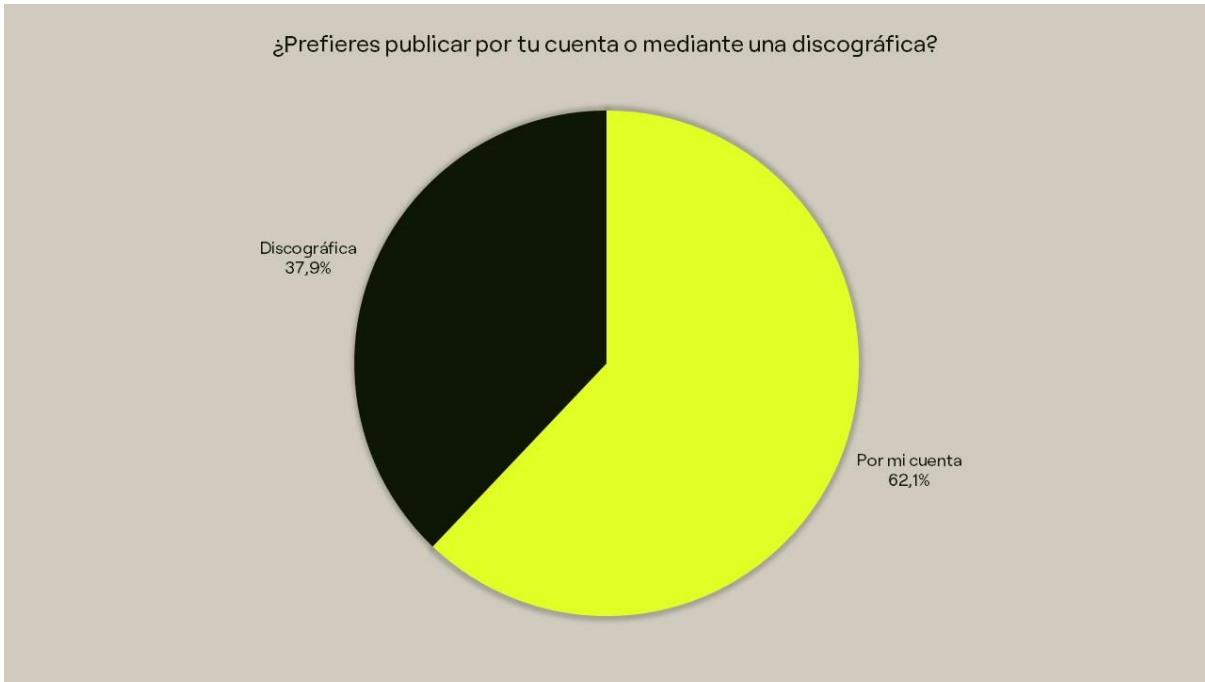
Elaboración propia | Gráfico 1. ¿Cuál es tu principal objetivo como artista musical?

La encuesta reveló que un destacado 84,5% de los artistas musicales encuestados han publicado música por su propia cuenta, sin contar con discográficas. Este resultado refleja la creciente tendencia de los artistas a tomar el control de su propia carrera y aprovechar las plataformas digitales para distribuir su música de forma independiente. La decisión de publicar por cuenta propia puede estar motivada por varios factores, como el deseo de tener mayor autonomía creativa y control sobre su trabajo, así como la posibilidad de llegar directamente a su audiencia sin intermediarios. Por otro lado, el 15,5% de los encuestados indicó que no han publicado música por su propia cuenta, lo que puede sugerir que estos artistas pueden estar trabajando con discográficas u otras entidades para la distribución de su música. Estos resultados resaltan la diversidad de enfoques y estrategias utilizados por los artistas en el proceso de publicación de su música, desde la autopublicación hasta la colaboración con discográficas o sellos independientes.



Elaboración propia | Gráfico 2. ¿Has publicado música por tu propia cuenta?

La encuesta reveló que el 62,1% de los artistas musicales encuestados tienen como principal objetivo desarrollar su carrera musical por cuenta propia, mientras que el 37,9% busca lograrlo a través de una discográfica. Estos resultados reflejan la creciente tendencia de los artistas a buscar la independencia y el control sobre su carrera musical, asumiendo la responsabilidad de la producción, promoción y distribución de su música. Optar por desarrollarse por cuenta propia les permite tener mayor libertad creativa y la posibilidad de construir su propia identidad artística sin las limitaciones y exigencias de una discográfica. Por otro lado, el 37,9% de los encuestados todavía considera a las discográficas como un medio para alcanzar sus objetivos como artistas. Estos artistas pueden buscar el respaldo financiero, la experiencia y los recursos de una discográfica para impulsar su carrera y acceder a oportunidades de promoción y distribución más amplias. Los resultados muestran la diversidad de enfoques y estrategias adoptadas por los artistas en su búsqueda de éxito y reconocimiento en la industria musical.

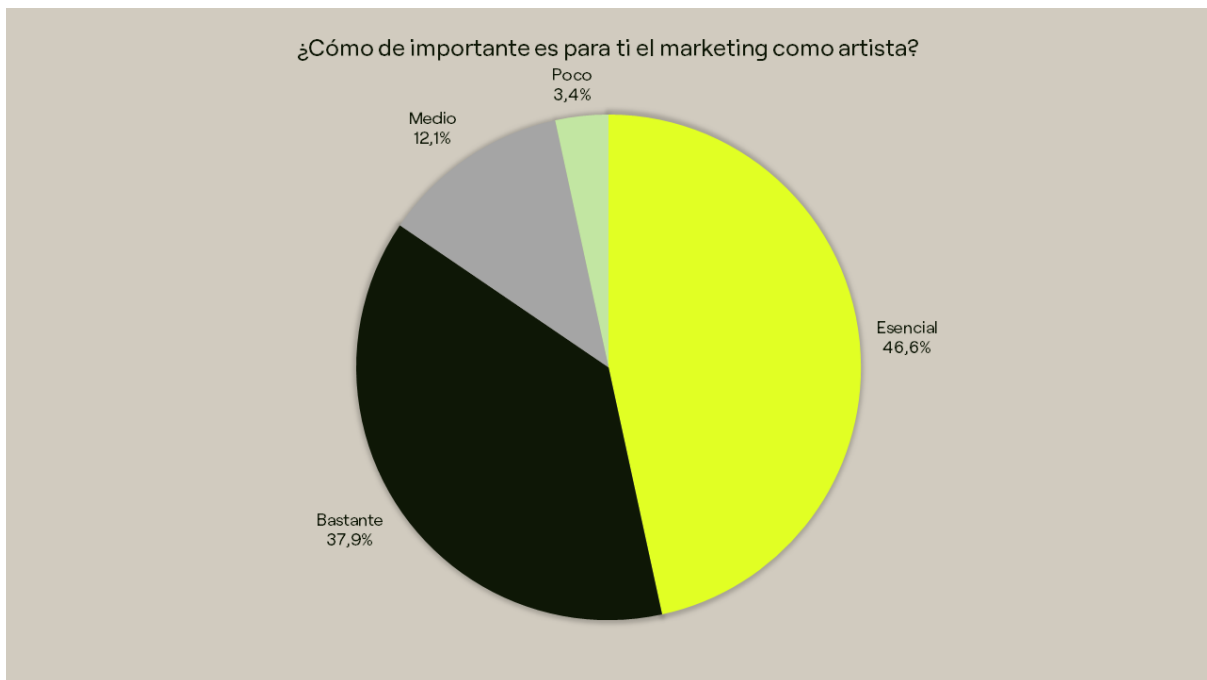


Elaboración propia | Gráfico 3. ¿Prefieres publicar por tu cuenta o mediante una discográfica?

Posterior a la pregunta "¿Prefieres publicar por tu cuenta o mediante una discográfica?" se les preguntó sobre el por qué de su respuesta y generó una variedad de respuestas por parte de los encuestados. El 62,1% de los participantes optó por publicar por su cuenta, mientras que el 37,9% eligió la opción de una discográfica. Aquellos que prefieren publicar por su cuenta destacaron que esta opción les brinda una mayor libertad y control sobre su música, les permite tener flexibilidad en la planificación y distribución de sus lanzamientos, y les otorga el control total sobre los royalties generados por su trabajo. Además, mencionaron la posibilidad de alcanzar una audiencia más amplia y tener un mayor alcance sin depender de terceros. Por otro lado, los que optaron por una discográfica expresaron que valoran los servicios de promoción que estas ofrecen, como la inclusión en playlists de plataformas como Spotify y YouTube, promoción en redes sociales y acceso a contactos clave en la industria musical. También mencionaron la facilidad de los procesos y la posibilidad de recibir apoyo de otros artistas asociados a la discográfica. Sin embargo, algunos encuestados señalaron la importancia de elegir una discográfica que se preocupe genuinamente por el bienestar de los artistas y evite contratos abusivos. En resumen, los resultados de la encuesta reflejan la diversidad de perspectivas y necesidades de los artistas en cuanto a la publicación musical, destacando la búsqueda de libertad creativa y control en la

música propia, así como el interés en acceder a servicios de promoción y contactos de la industria a través de las discográficas.

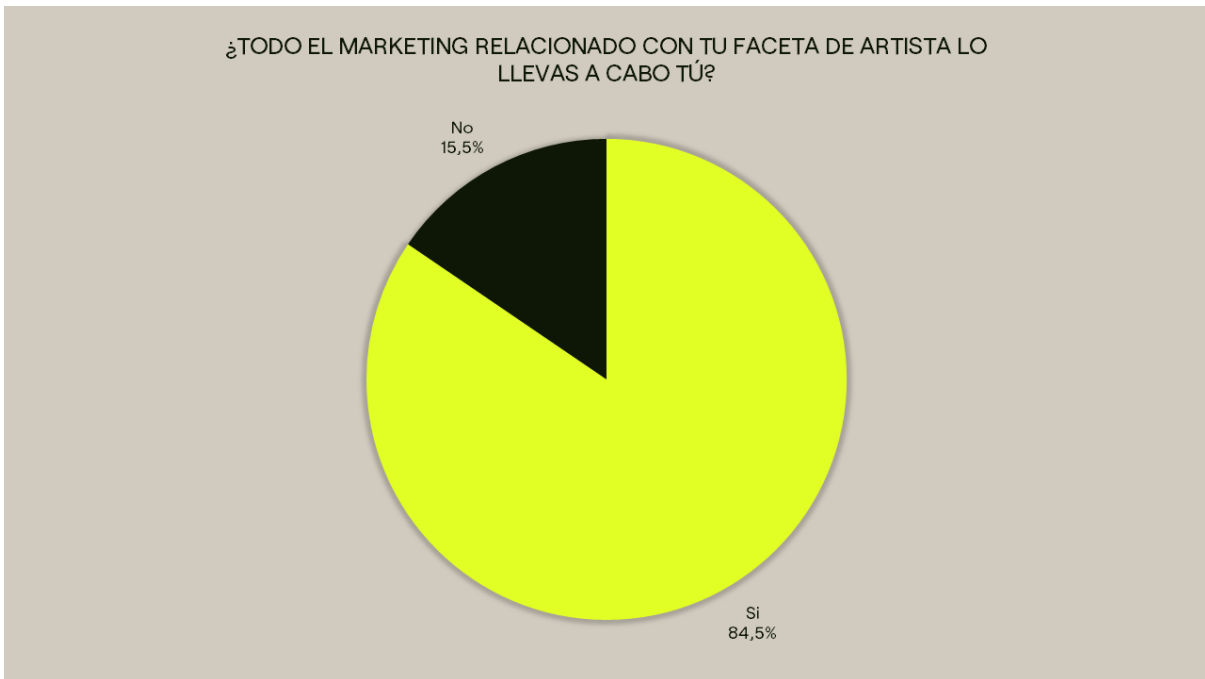
La pregunta ¿Como de importancia es para ti el marketing como artista? reveló que la gran mayoría de los artistas musicales encuestados consideran el marketing como algo esencial en su carrera, con un destacado 46,6%. Esto indica que estos artistas reconocen la importancia fundamental de promocionarse y comercializar su música de manera efectiva para lograr el éxito y el reconocimiento en la industria musical. Además, un 37,9% de los encuestados considera el marketing como algo bastante importante, lo que subraya la relevancia que le atribuyen a esta área en el desarrollo de su carrera artística. Un 12,1% de los participantes indicó que el marketing tiene una importancia media, lo que sugiere que valoran su impacto, pero quizás no lo consideran como el factor principal en su estrategia. Por último, un pequeño porcentaje del 3,4% considera el marketing como algo de poca importancia. Estos artistas pueden tener enfoques diferentes, centrados más en la creación y producción musical en lugar de la promoción y comercialización. En general, los resultados demuestran que la mayoría de los artistas reconocen la necesidad de invertir en marketing para destacarse en el competitivo panorama musical actual y alcanzar sus metas profesionales.



Elaboración propia | Gráfico 4. ¿Como de importancia es para ti el marketing como artista?



Los resultados obtenidos en la pregunta "¿Todo el marketing relacionado con tu faceta de artista lo llevas a cabo tú?" muestran que la mayoría abrumadora, con un 84,5%, afirmó ser responsable de todas las actividades de marketing relacionadas con su carrera musical. Esto indica que estos artistas independientes se encargan personalmente de la promoción, publicidad y estrategias de marketing para impulsar su imagen y llegar a su audiencia. Por otro lado, un 15,5% de los encuestados indicó que no lleva a cabo todas las tareas de marketing por su cuenta, lo que sugiere que confían en profesionales o equipos externos para gestionar estas actividades en su nombre. Estos resultados ponen de manifiesto la diversidad de enfoques en la industria musical, donde algunos artistas optan por asumir la responsabilidad total del marketing, mientras que otros buscan apoyo externo para optimizar sus esfuerzos promocionales.



Elaboración propia | Gráfico 5. ¿Todo el marketing relacionado con tu faceta de artista lo llevas a cabo tú?

Los resultados revelados por la encuesta muestran que una gran mayoría de los artistas musicales encuestados, con un 93,1%, expresaron su deseo de dedicar más tiempo a la creación y producción musical en lugar de invertir tiempo en la preparación de campañas de lanzamiento, contenido para redes sociales y estrategias de marketing. Esta cifra resalta la necesidad y el anhelo de los artistas

por enfocarse en su pasión principal: la música. Estos resultados sugieren que los artistas reconocen la importancia de contar con apoyo en el área del marketing y la promoción, para poder delegar esas tareas y así disponer de más tiempo y energía para centrarse en su arte. Por otro lado, un pequeño porcentaje, el 6,9%, respondió negativamente a esta pregunta, indicando que están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en la preparación de campañas y estrategias promocionales. Esto puede deberse a que estos artistas disfrutan y valoran la participación activa en el proceso de promoción y consideran que aporta valor a su carrera. En general, estos resultados resaltan la necesidad de soluciones efectivas de marketing y promoción que permitan a los artistas enfocarse en lo que más les apasiona: la música.



Gráfico 6. ¿Te gustaría dedicarle más tiempo a tu música en vez de gastar tiempo preparando todas las campañas de lanzamientos, contenidos de RRSS, estrategias?

Posteriormente a esta pregunta se consultó "¿Por qué no cuentas con ayuda en marketing?", la cual reveló una variedad de respuestas por parte de los encuestados, quienes explicaron las razones detrás de su decisión de no buscar asistencia en el ámbito del marketing. Estas respuestas ofrecen una visión interesante y nos permiten interpretar las motivaciones de los artistas musicales encuestados.

Un motivo comúnmente mencionado es la falta de presupuesto. Varios encuestados admitieron que no cuentan con los recursos financieros necesarios para invertir en

servicios de marketing. Prefieren destinar sus ingresos a otras áreas, como la producción musical, considerando que contratar ayuda externa en marketing resulta costoso o inaccesible para su situación actual. La confianza también juega un papel importante. Algunos artistas expresaron que no han encontrado a una persona de confianza en quien delegar las tareas de marketing. Aunque podrían permitirse la ayuda, prefieren encargarse ellos mismos debido a la falta de colaboradores o profesionales especializados en el campo de la música. La priorización de la música sobre el marketing fue otro motivo frecuentemente mencionado. Varios encuestados indicaron que, en este momento, prefieren centrarse en la creación musical y desarrollar su propio enfoque de marketing una vez que tengan un sólido portafolio musical. Consideran que la música es lo más importante en su carrera en este momento y que el marketing puede abordarse posteriormente. La falta de opciones asequibles y especializadas también se mencionó como una razón para no buscar ayuda en marketing. Los artistas mencionaron la dificultad para encontrar servicios especializados en música electrónica u otros géneros musicales, y destacaron que las agencias existentes suelen ser genéricas y no se ajustan a sus necesidades o presupuestos. Finalmente, algunos artistas prefieren mantener el control y la esencia personal de su trabajo. Prefieren manejar sus propias cuentas de redes sociales y mantener el control total sobre su imagen y presencia en línea. Externalizar estas tareas podría afectar su esencia artística y, por lo tanto, optan por mantenerse involucrados directamente en el marketing.

Respecto a la pregunta de ¿Qué aspectos del marketing digital consideras más importantes para tu carrera musical? Se busca indagar en la percepción de los artistas musicales sobre los elementos esenciales del marketing digital que pueden influir en el éxito de su carrera. Proporciona una visión clara de las áreas que los artistas consideran prioritarias y les gustaría destacar en su estrategia de marketing.

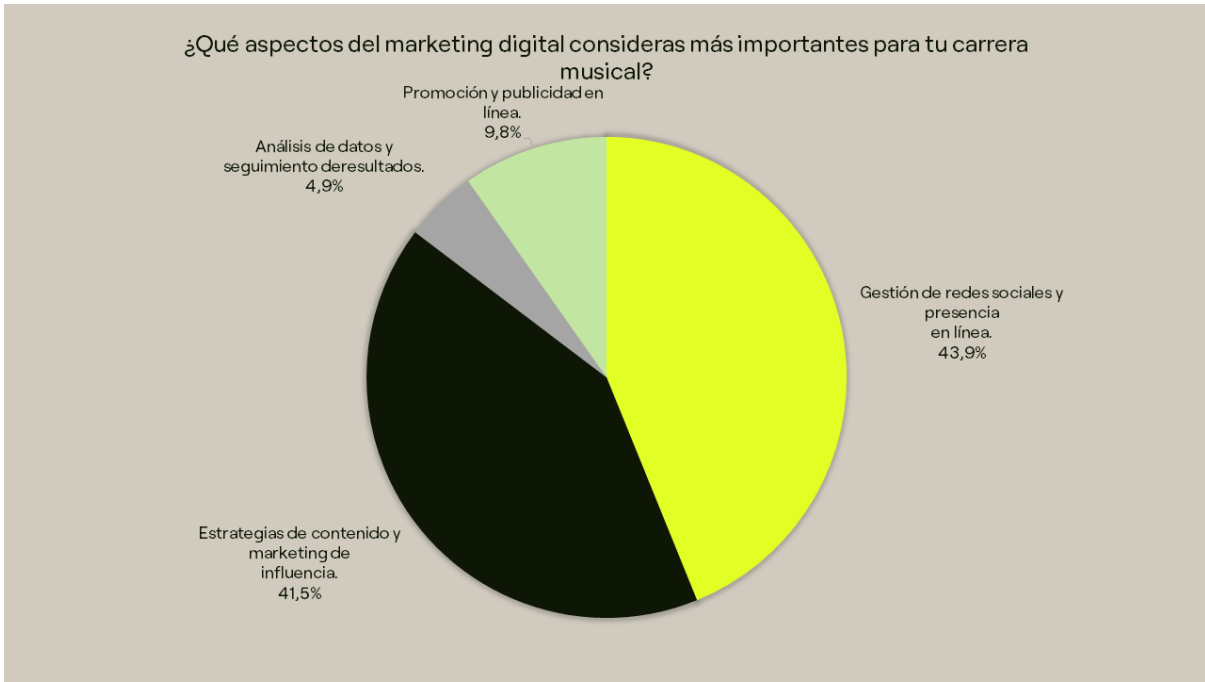
Al analizar las respuestas a esta pregunta, podremos identificar los aspectos más valorados por los artistas y comprender las áreas en las que desean enfocar sus esfuerzos y recursos. Esto permitirá a las agencias de marketing y profesionales de la industria adaptar sus servicios y brindar el apoyo necesario para satisfacer las necesidades específicas de los artistas en el ámbito digital.

Al examinar los resultados, se observa que existen cuatro aspectos principales del marketing digital que los artistas consideran más importantes. La opción más elegida, con un 43,9% de las respuestas, es la "gestión de redes sociales y presencia en línea". Esto destaca la relevancia de utilizar las redes sociales de manera efectiva y mantener una presencia sólida en línea para conectarse con su audiencia, promocionar su música y fortalecer su imagen de marca.

En segundo lugar, con un 41,5% de las respuestas, se encuentra la importancia de las "estrategias de contenido y marketing de influencia". Los artistas reconocen el valor de crear y compartir contenido de calidad que atraiga y mantenga el interés de su audiencia, así como de establecer colaboraciones y asociaciones con influencers que puedan ayudar a aumentar su visibilidad y alcance.

En tercer lugar, con un 9,8% de las respuestas, está la "promoción y publicidad en línea". Esto subraya la necesidad de implementar estrategias de promoción efectivas en entornos digitales, como anuncios pagados, campañas publicitarias y colaboraciones con medios y plataformas en línea, con el objetivo de ampliar su base de seguidores y llegar a nuevas audiencias.

Por último, el 4,9% de los encuestados consideró el "análisis de datos y seguimiento de resultados" como un aspecto importante del marketing digital. Esto indica que algunos artistas reconocen la necesidad de recopilar y analizar datos para evaluar el impacto de sus estrategias de marketing, identificar áreas de mejora y tomar decisiones informadas para impulsar su carrera musical.



Elaboración propia | Gráfico 7. ¿Qué aspectos del marketing digital consideras más importantes para tu carrera musical?

La pregunta formulada en esta ocasión permitió a los encuestados compartir sus opiniones sobre los obstáculos que dificultan su éxito en la industria.

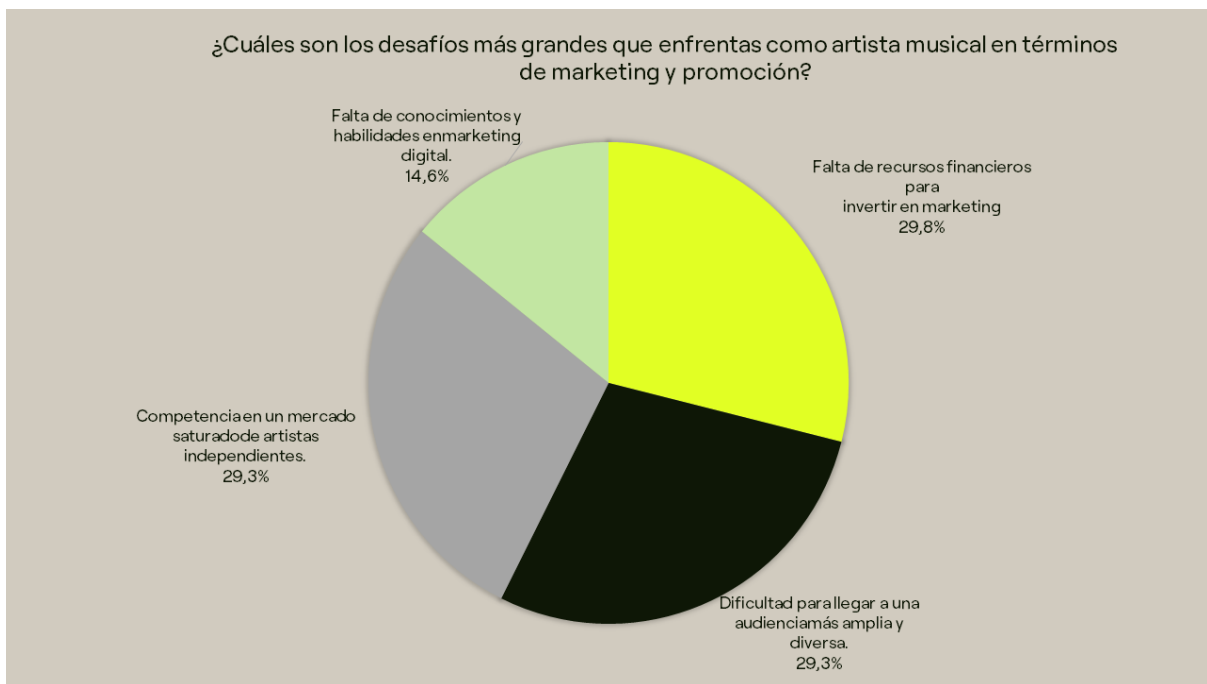
Al examinar los resultados, se observa que existen cuatro desafíos principales que los artistas mencionaron con mayor frecuencia. El más destacado es la "falta de recursos financieros para invertir en marketing", seleccionado por el 29,8% de los encuestados. Esta limitación financiera puede restringir la capacidad de los artistas para acceder a servicios profesionales de marketing y promoción, lo que a su vez afecta su visibilidad y alcance.

En segundo lugar, con un 29,3% de las respuestas, está la "dificultad para llegar a una audiencia más amplia y diversa". Este desafío indica la necesidad de estrategias de marketing efectivas que les permitan a los artistas conectar con un público más amplio y diverso, superando barreras geográficas y demográficas.

Otro desafío mencionado por el 29,3% de los encuestados es la "competencia en un mercado saturado de artistas independientes". Esto resalta la importancia de destacarse entre la multitud y diferenciarse de otros artistas similares, lo cual puede requerir una estrategia de marketing creativa y sólida.

Por último, el 14,6% de los encuestados mencionó la "falta de conocimientos y habilidades de marketing digital" como un desafío significativo. Esto indica que muchos artistas carecen de las habilidades necesarias para utilizar eficazmente las herramientas y plataformas digitales en su estrategia de marketing, pero entre las opciones facilitadas a los encuestados, fue la opción que menos importancia le dan.

El análisis de estos datos nos brinda una comprensión más profunda de los desafíos que enfrentan los artistas en términos de marketing y promoción. Estos resultados pueden ser valiosos para las agencias de marketing y profesionales de la industria musical al diseñar estrategias personalizadas que aborden los problemas específicos de los artistas y les brinden soluciones efectivas para alcanzar el éxito en su carrera.



Elaboración propia | Gráfico 8. ¿Cuáles son los desafíos más grandes que enfrentas como artista musical en términos de marketing y promoción?

Respecto a la pregunta de "¿Qué tipos de servicios de marketing digital considerarías contratar para impulsar tu carrera musical? Los encuestados nos dejaron las siguientes respuestas:

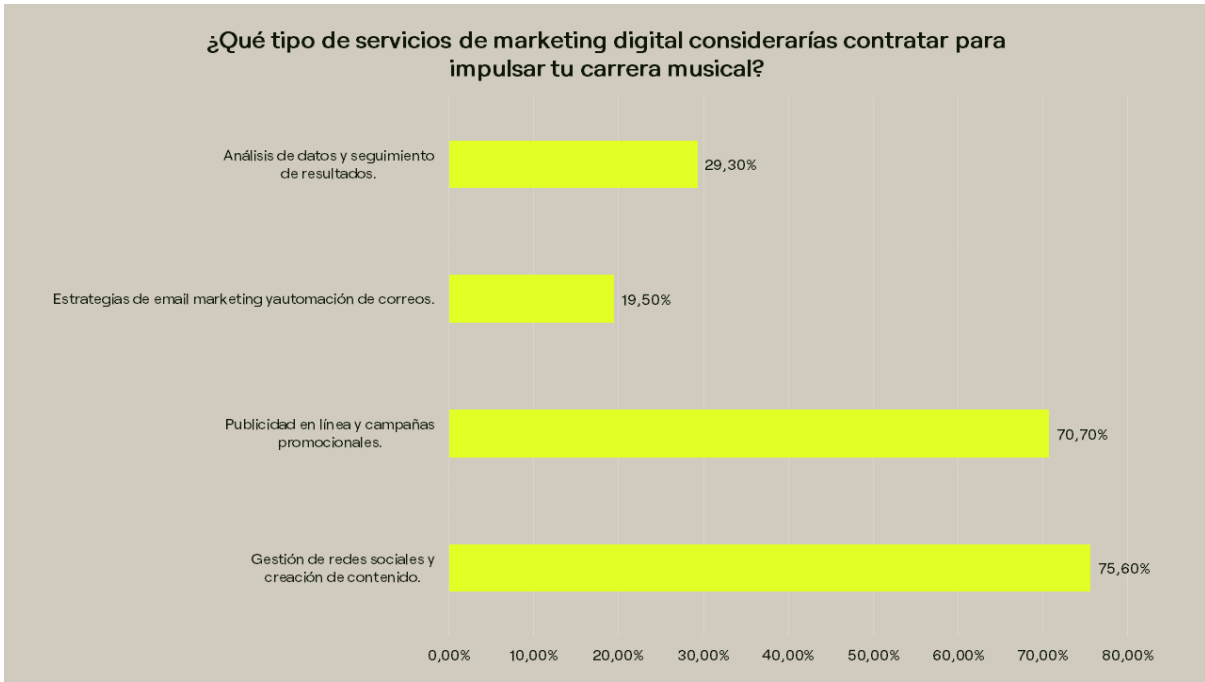
En primer lugar, un impresionante 75,60% de los encuestados seleccionó la opción de "Gestión de redes sociales y creación de contenido" como el servicio de

marketing digital que más considerarían contratar. Esto indica que los artistas reconocen la importancia de tener una presencia sólida en las redes sociales y la necesidad de contar con un contenido atractivo y relevante para conectarse con su audiencia y promocionar su música.

En segundo lugar, el 70,70% de los encuestados mostró interés en contratar servicios de "Publicidad en línea y campañas promocionales". Esto resalta la importancia que los artistas dan a la promoción activa de su música en plataformas digitales, como anuncios pagados y campañas estratégicas para aumentar su visibilidad y llegar a un público más amplio.

En tercer lugar, el 29,30% de los encuestados indicó que considerarían contratar servicios de "Análisis de datos y seguimiento de resultados". Esto sugiere que los artistas reconocen la importancia de medir y evaluar el rendimiento de sus estrategias de marketing digital para tomar decisiones informadas y optimizar sus esfuerzos promocionales.

Por último, el 19,50% de los encuestados expresó su interés en los servicios de "Estrategias de email marketing y automatización de correos". Esto muestra que algunos artistas valoran el poder del correo electrónico como una herramienta efectiva para llegar a su audiencia de manera personalizada y establecer una comunicación directa con sus seguidores.



Elaboración propia | Gráfico 9. ¿Qué tipo de servicios de marketing digital considerarías contratar para impulsar tu carrera musical?

Una de las preguntas clave fue qué aspectos valoran más al seleccionar una agencia. Los encuestados tenían cuatro opciones para elegir, y se les permitió seleccionar hasta dos respuestas.

Los resultados revelaron que un 34,10% de los encuestados consideran que la relación calidad-precio y la posibilidad de contar con presupuestos adaptados a sus necesidades son elementos fundamentales al elegir una agencia. Este grupo valora que la agencia ofrezca precios competitivos en el mercado y les permita ajustar el presupuesto a los servicios específicos que requieren, evitando pagar por servicios innecesarios. Por otro lado, el 31,70% de los encuestados indicaron que no consideran relevante que la agencia tenga resultados comprobados y casos de éxito previos. Esta respuesta es significativa, ya que destaca que para estos artistas la ausencia de resultados previos no es un obstáculo al elegir una agencia. Esta situación representa una ventaja para Zephyr, ya que, al ser una agencia nueva, no contar con casos de éxito no es un factor determinante para los potenciales clientes.

Entre las dos opciones más valoradas por los encuestados, un 46,30% destacó la importancia de la personalización y el enfoque adaptado a sus necesidades específicas. Estos artistas consideran crucial que la agencia pueda adaptarse a



cada cliente y brindar soluciones personalizadas, ya que cada artista tiene requerimientos diferentes. Este enfoque flexible y adaptativo es uno de los valores distintivos de Zephyr, ya que se esfuerza por adaptarse a las necesidades individuales de cada cliente.

Por último, el 53,70% de los encuestados otorgó una gran importancia a la experiencia y el conocimiento de la agencia en el sector de la industria musical. Valoraron que la agencia esté formada por profesionales con experiencia tanto académica como profesional en marketing, así como un profundo conocimiento de la situación de los artistas dentro del sector musical. Esta respuesta refuerza la confianza en Zephyr, ya que su equipo cuenta con experiencia y conocimientos especializados en la industria musical y el marketing.



Elaboración propia | Gráfico 10. ¿Qué valoras más al elegir una agencia de marketing digital para artistas musicales?

La encuesta reveló varias tendencias y perspectivas en la industria musical. En general, la mayoría de los artistas encuestados tienen como objetivo principal obtener mayor visibilidad y alcance de audiencia, así como aumentar las oportunidades de presentaciones en vivo, establecer relaciones con profesionales de la industria y mejorar las ventas y el streaming de su música.

Se observa un aumento en la autopublicación de música, con muchos artistas optando por lanzar su música de forma independiente, sin depender de discográficas. Valoran la autonomía creativa y el control sobre su trabajo, así como la posibilidad de llegar directamente a su audiencia sin intermediarios. Sin embargo, también hay artistas que trabajan con discográficas para la distribución de su música, mostrando una diversidad de enfoques en la publicación musical.

La encuesta muestra una tendencia hacia la búsqueda de independencia por parte de los artistas. La mayoría prefiere desarrollar su carrera musical por cuenta propia, asumiendo la responsabilidad de la producción, promoción y distribución de su música. Esto les brinda mayor libertad creativa y la posibilidad de construir su propia identidad artística. Aunque algunos consideran a las discográficas como una opción para alcanzar sus objetivos, la tendencia hacia la independencia es evidente.

El marketing se considera esencial en la carrera musical. Los artistas reconocen la necesidad de promocionar y comercializar su música de manera efectiva para lograr el éxito y el reconocimiento en la industria. Aunque algunos valoran más la creación musical, la mayoría reconoce la importancia del marketing y está dispuesta a invertir en él.

La mayoría de los artistas encuestados se encargan personalmente de todas las actividades de marketing relacionadas con su carrera musical. Prefieren manejar la promoción, publicidad y estrategias de marketing para mantener el control sobre su imagen y llegar a su audiencia. Sin embargo, también hay artistas que buscan ayuda externa para optimizar sus esfuerzos promocionales.

A pesar de la importancia del marketing, los artistas desean dedicar más tiempo a la creación y producción musical. Esto muestra su anhelo de enfocarse en su pasión principal y delegar tareas de marketing para tener más tiempo y energía para la música.

Entre los obstáculos mencionados por los artistas se encuentran la falta de presupuesto para contratar servicios de marketing, la falta de confianza en encontrar

personas de confianza en el campo del marketing, la priorización de la música sobre el marketing, la falta de opciones asequibles y especializadas, y el deseo de mantener el control sobre su trabajo.

En resumen, la encuesta revela la diversidad de enfoques y estrategias utilizados por los artistas en su búsqueda de éxito y reconocimiento en la industria musical. Muestra la importancia del marketing, la tendencia hacia la autopublicación y la búsqueda de independencia, así como los obstáculos que enfrentan los artistas en su camino hacia el éxito.

### 3.3. Buyer persona

En este apartado, se presenta el buyer persona de nuestra agencia de marketing, centrándonos en dos perfiles distintos: el DJ y productor con corta trayectoria profesional, con pocos seguidores y el DJ y productor independiente ya establecido con una sólida base de seguidores en redes sociales y reproducciones mensuales significativas en plataformas de streaming. El objetivo de este análisis es comprender en profundidad las necesidades, características y comportamientos de nuestros clientes potenciales, lo que nos permitirá adaptar nuestros servicios y estrategias de marketing de manera efectiva para satisfacer sus demandas y ayudarles a alcanzar el éxito en su carrera musical.

**Biografía**

Albert nació en Madrid, es un apasionado de la música electrónica, busca vivir su sueño y dejar huella en la escena.

**Personalidad**

Apasionado

Emocional

Planificador

Sociable

**Objetivos**

Entre sus objetivos destacan:

- Aumentar el número oyentes
- Construir una marca sólida
- Alcanzar reconocimiento internacional

**Albert White**

**DJ & Productor**

**Zephyr**

26 años/Soltero/Universitario/Madrid

**Puntos de dolor**

- No tiene el conocimiento ni tiempo para invertirlo en mejorar su marca como artista.
- Competencia en la industria.
- Exposición limitada
- Equilibrio entre creatividad y demanda comercial

**¿Cómo nos encuentra?**

Redes sociales a través de publicaciones relacionadas con Marketing musical y creadores de contenido que comparten nicho.

**Motivos de compra**

- Experiencia especializada
- Ahorro de tiempo y recursos
- Aumento de visibilidad y alcance
- Estrategias personalizadas

Elaboración propia | Figura 1. Buyer Persona Albert White

Este buyer persona representa a un DJ y productor musical, con un número limitado de seguidores en redes sociales y una presencia aún incipiente en plataformas de streaming. Nuestro objetivo al trabajar con este cliente es ayudarle a construir una base de seguidores comprometidos y expandir su visibilidad en la industria musical. Para ello, ofrecemos servicios como la gestión de redes sociales, donde desarrollaremos una estrategia de contenido atractivo y de calidad que se conecte con su audiencia objetivo y promovemos la creación de contenido en video y

fotografía para generar interés y dar a conocer su trabajo de manera efectiva. También brindamos asesoramiento en la elaboración de newsletters y el uso de estrategias de email marketing para mantener una comunicación cercana con su audiencia y mantenerlos informados sobre lanzamientos, eventos y novedades. Además, colaboramos con ellos en el desarrollo de una identidad artística sólida, desde el diseño de logotipos y la selección de colores y tipografías, hasta la definición de su estilo musical único. Nuestro enfoque se centra en establecer una base sólida para su carrera musical, brindándoles las herramientas y estrategias necesarias para diferenciarse en el mercado y captar la atención de su público objetivo.

**Biografía**

Tsukiuk es un DJ/Productor de música Drum and Bass originario de West Midlands. Con 40k seguidores en IG y 428k oyentes mensuales en Spotify, es conocido por su música energética y poderosa.

**Personalidad**

Energético

Apasionado

Innovador

Carismático

**Objetivos**

Busca destacar en la escena musical de Drum and Bass, establecerse como un artista reconocido internacionalmente y construir una base de fans leales.



**Zephyr**

25 años/Soltero/DJ/Producer/UK

**Puntos de dolor**

- Difícil llegar a un público amplio y diverso.
- Limitaciones en promoción y difusión de su música.
- Falta de tiempo y recursos para gestionar presencia en redes sociales.

**¿Cómo nos encuentra?**

Búsqueda en línea de servicios de marketing digital. Recomendaciones de otros artistas o colegas. Redes sociales como Instagram.

**Motivos de compra**

- Aumentar visibilidad y alcance.
- Mejorar presencia y RRSS.
- Apoyo en promoción y difusión de música.

Elaboración propia | Figura 2. Buyer Persona Tsuki

Tsuki es un DJ y productor musical que ha logrado cierto nivel de reconocimiento en la industria, con una base de seguidores en redes sociales y un flujo constante de reproducciones en plataformas de streaming. Nuestro objetivo al trabajar con este cliente es ayudarlo a mantener y expandir su presencia en el mercado, fortalecer su marca personal y explorar nuevas oportunidades de crecimiento y monetización. Para ello, ofrecemos servicios como el análisis y seguimiento de resultados, donde utilizamos herramientas de análisis de datos para medir el impacto de sus acciones de marketing y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos. Colaboramos

con ellos en la identificación y colaboración estratégica con influencers y creadores de contenido relevantes en el ámbito de la música electrónica, lo que les permitirá ampliar su alcance y llegar a nuevos públicos que comparten intereses similares. También brindamos asesoramiento en estrategias de monetización de contenidos, ayudándoles a maximizar sus ingresos a través de la distribución de música en plataformas de streaming, la venta de música en tiendas en línea y la licencia de canciones para uso comercial. Además, trabajamos en conjunto con ellos en el establecimiento y gestión de relaciones con la prensa, colaborando con medios especializados para obtener cobertura y visibilidad en publicaciones y entrevistas. Nuestro enfoque se centra en potenciar su presencia y reconocimiento en la industria, brindándoles las herramientas y estrategias necesarias para alcanzar nuevas metas y mantener un crecimiento constante en su carrera musical.

### 3.3.1. Conclusión de los Buyer Persona

El análisis de los buyer personas nos proporciona una comprensión más profunda de nuestros clientes potenciales y nos permite diseñar estrategias y servicios personalizados para satisfacer sus necesidades y alcanzar sus objetivos. Al segmentar nuestro mercado objetivo en DJ y productores emergentes y DJ y productores independientes establecidos, podemos adaptar nuestras soluciones de marketing a las distintas etapas y desafíos de cada perfil. Esto nos permite ofrecer servicios específicos que abordan sus necesidades particulares, lo que a su vez les proporciona un mayor valor y les ayuda a avanzar en su carrera musical de manera efectiva. Con este enfoque centrado en el cliente, estamos posicionados para brindar un valor significativo a nuestros clientes y contribuir a su éxito en la industria musical.

### 3.4. Customer journey

En el mundo del marketing digital, los Customer Journeys desempeñan un papel fundamental para comprender y satisfacer las necesidades de los clientes en cada etapa de su interacción con una marca o empresa. Estos viajes del cliente son representaciones detalladas de los diferentes pasos que un consumidor potencial atraviesa desde el descubrimiento inicial hasta la conversión y la lealtad a largo plazo. Contar con Customer Journeys bien definidos es esencial en cualquier proyecto, incluyendo la industria de la música, ya que nos permiten comprender las motivaciones, comportamientos y preferencias de nuestros clientes objetivo.

En el contexto de la industria musical, los Customer Journeys nos ayudan a comprender cómo los DJs y productores emergentes y establecidos interactúan con nuestra agencia de marketing musical, desde el descubrimiento hasta la implementación de estrategias y el crecimiento continuo. Estos artistas a menudo enfrentan desafíos únicos en su carrera, desde la construcción de una base de seguidores comprometidos hasta la promoción de su música y el desarrollo de su marca personal. A través de los Customer Journeys, podemos trazar los pasos que siguen en su camino hacia el éxito y diseñar estrategias efectivas para respaldarlos en cada etapa.

La finalidad de contar con Customer Journeys en cualquier proyecto, incluyendo la industria de la música, es comprender a fondo las necesidades, deseos y expectativas de nuestros clientes objetivo. Al mapear el recorrido del cliente, podemos identificar los puntos críticos de contacto, las oportunidades de interacción y los desafíos que enfrentan. Esto nos permite adaptar nuestras estrategias y servicios para brindar experiencias más relevantes, personalizadas y satisfactorias. Al comprender las etapas clave del Customer Journey de los DJs y productores, podemos ofrecer soluciones y servicios específicos que los ayuden a alcanzar sus metas y a sobresalir en un mercado altamente competitivo.

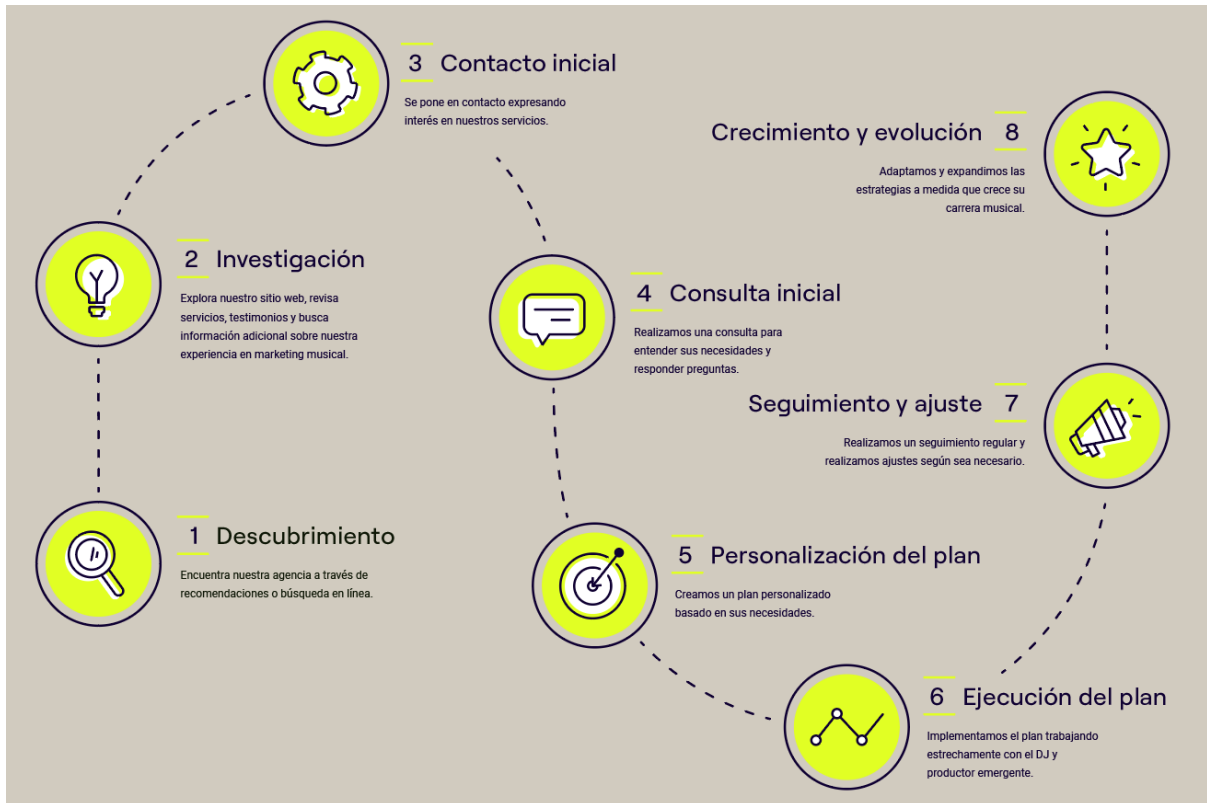
El customer journey del DJ y productor emergente con pocos seguidores nos muestra el proceso que atraviesa este talento en su camino hacia el éxito en la industria de la música. Comienza con el descubrimiento de nuestra agencia de

marketing musical, ya sea a través de recomendaciones de colegas de la industria o mediante una búsqueda en línea de servicios especializados. A medida que el DJ y productor emergente investiga y explora nuestro sitio web, se sumerge en la información sobre nuestros servicios, testimonios de clientes anteriores y nuestra experiencia en el campo del marketing musical. Luego, se produce el contacto inicial, donde el DJ y productor emergente expresa su interés en nuestros servicios y solicita una consulta inicial. Durante esta consulta, establecemos una comunicación personalizada para comprender mejor sus necesidades, metas y presupuesto. Con base en esta información, creamos un plan personalizado que incluye una combinación de servicios como gestión de redes sociales, newsletters, diseño gráfico y consultoría de monetización de contenidos. A medida que implementamos el plan, trabajamos estrechamente con el DJ y productor emergente en la ejecución de estrategias de marketing para construir una base de seguidores comprometidos. Realizamos un seguimiento regular del progreso, ajustando las estrategias según sea necesario y fomentando el crecimiento y la evolución del talento en su carrera musical.

Por otro lado, el customer journey del DJ y productor independiente establecido con enfoque en una relación a largo plazo se centra en la captación de leads y el establecimiento de una relación sólida y duradera. Implementamos estrategias de captación de leads a través de contenido relevante y de calidad en nuestro sitio web y redes sociales, ofreciendo recursos gratuitos como guías y e-books, y participando en eventos y conferencias de la industria musical. Nuestro objetivo es atraer al DJ y productor independiente establecido y captar su interés en nuestros servicios a través de contenido valioso y relevante. Una vez establecido el primer contacto, programamos una consulta personalizada para comprender en detalle sus objetivos, desafíos y expectativas. Con esta información, creamos un plan de marketing personalizado que abarca diversos servicios y se adapta a las necesidades específicas del DJ y productor independiente establecido. Durante la implementación del plan, mantenemos una comunicación fluida y transparente, realizando ajustes según sea necesario y evaluando constantemente los resultados obtenidos. Buscamos establecer una relación a largo plazo, brindando soporte continuo, asesoramiento estratégico y adaptaciones a medida que evoluciona la carrera musical del talento.



### 3.4.1. Customer Journey del DJ y productor con pocos seguidores



Elaboración propia | Figura 3. Customer Journey DJ/productor con pocos seguidores

#### Descubrimiento:

El DJ y productor emergente se encuentra con nuestra agencia de marketing musical a través de recomendaciones de colegas de la industria o mediante una búsqueda en línea de servicios de marketing para artistas musicales.

#### Investigación:

El DJ y productor emergente explora nuestro sitio web, revisa nuestros servicios y paquetes, lee testimonios de clientes anteriores y busca información adicional sobre nuestra experiencia en el campo del marketing musical.

#### Contacto inicial:

El DJ y productor emergente se pone en contacto con nosotros a través del formulario de contacto en nuestro sitio web o por correo electrónico, expresando su interés en nuestros servicios y solicitando una consulta inicial.

**Consulta inicial:**

Realizamos una consulta inicial con el DJ y productor emergente para comprender mejor sus necesidades, metas y presupuesto. Discutimos los servicios que ofrecemos, explicamos cómo podemos ayudarlo en su carrera musical y respondemos a todas sus preguntas.

**Personalización del plan:**

Basándonos en la información recopilada durante la consulta inicial y considerando las necesidades específicas del DJ y productor emergente, creamos un plan personalizado que incluye una combinación de servicios como gestión de redes sociales, elaboración de newsletters, diseño gráfico y consultoría de monetización de contenidos.

**Ejecución del plan:**

Comenzamos a implementar el plan de marketing acordado, trabajando estrechamente con el DJ y productor emergente en la gestión de sus redes sociales, creando contenido atractivo, elaborando newsletters impactantes y brindando asesoramiento estratégico para ayudarlo a construir una base de seguidores comprometidos.

**Seguimiento y ajuste:**

Realizamos un seguimiento regular del progreso del DJ y productor emergente, monitoreando el rendimiento de las estrategias implementadas y realizando ajustes según sea necesario. Mantenemos una comunicación abierta y constante con el cliente, brindando informes y análisis detallados sobre los resultados obtenidos.

**Crecimiento y evolución:**

A medida que el DJ y productor emergente va ganando visibilidad y seguidores, trabajamos en conjunto para adaptar y expandir las estrategias de marketing, aprovechando nuevas oportunidades y explorando diferentes vías de promoción y crecimiento en su carrera musical.

### 3.4.2. Customer Journey del DJ y productor independiente establecido con enfoque en relación a largo plazo



Elaboración propia | Figura 4. Customer Journey Dj/productor con enfoque a largo plazo

#### Captación de leads:

Implementamos estrategias de captación de leads, como la creación de contenido relevante y de calidad en nuestro sitio web y redes sociales, el ofrecimiento de recursos gratuitos como guías y e-books, y la participación en eventos y conferencias de la industria musical. Nuestro objetivo es atraer al DJ y productor independiente establecido y captar su interés en nuestros servicios a través de contenido valioso y relevante.

**Primer contacto:**

El DJ y productor independiente establecido muestra interés en nuestros servicios y nos contacta a través de un formulario de contacto en nuestro sitio web, proporcionando información sobre sus necesidades y metas. Establecemos una comunicación inicial para comprender mejor sus requerimientos y establecer una base sólida para una posible relación a largo plazo.

**Consulta personalizada:**

Programamos una consulta personalizada con el DJ y productor independiente establecido para discutir en detalle sus objetivos, desafíos y expectativas. Durante esta consulta, explicamos nuestra propuesta de valor, nuestra experiencia en el campo del marketing musical y cómo podemos ayudarlo a alcanzar sus metas a largo plazo.

**Diseño del plan de marketing:**

Basándonos en la información recopilada durante la consulta personalizada, creamos un plan de marketing personalizado que abarca diversos servicios, como gestión de redes sociales, promoción de eventos, colaboración con influencers, desarrollo de marca y más. El plan se adapta a las necesidades y metas específicas del DJ y productor independiente establecido, con el objetivo de establecer una relación a largo plazo.

**Implementación del plan:**

Comenzamos a implementar el plan de marketing acordado, trabajando de cerca con el DJ y productor independiente establecido para llevar a cabo las estrategias definidas. Nos aseguramos de mantener una comunicación fluida y transparente durante todo el proceso, brindando actualizaciones regulares y ajustando las tácticas según sea necesario.

### **Evaluación y optimización continua:**

Realizamos un seguimiento constante de los resultados obtenidos a través de las estrategias implementadas. Analizamos métricas clave, como el crecimiento de seguidores, la interacción en redes sociales, la participación en eventos y la exposición mediática. Utilizamos esta información para optimizar continuamente nuestras acciones y garantizar que estemos logrando los objetivos a largo plazo del DJ y productor independiente establecido.

### **Mantenimiento de la relación a largo plazo:**

A medida que avanzamos en la implementación del plan de marketing, buscamos establecer una relación sólida y duradera con el DJ y productor independiente establecido. Mantenemos una comunicación regular, ofreciendo soporte continuo, asesoramiento estratégico y adaptaciones a medida que evoluciona su carrera musical. Nuestro objetivo es convertirnos en un socio de confianza y contribuir a su crecimiento y éxito a largo plazo en la industria musical.

En conclusión, los Customer Journeys desempeñan un papel esencial en la industria de la música y en la actividad de nuestra agencia de marketing musical. Al comprender los diferentes pasos y puntos de contacto en el recorrido del cliente, podemos adaptar nuestras estrategias y servicios para satisfacer las necesidades únicas de los DJs y productores emergentes y establecidos.

En el caso de los DJs y productores emergentes, nuestro Customer Journey nos permite identificar los puntos clave de descubrimiento, investigación, contacto inicial, consulta y personalización del plan. Al enfocarnos en estas etapas, podemos proporcionarles servicios especializados que les ayuden a construir una base de seguidores comprometidos y a destacarse en un mercado altamente competitivo. Nuestro objetivo es acompañarlos en cada paso de su recorrido, brindando orientación estratégica, apoyo técnico y adaptaciones a medida que evolucionan en su carrera musical.

Para los DJs y productores independientes establecidos, el Customer Journey nos ayuda a captar su interés a través de estrategias de captación de leads y establecer una relación sólida y duradera. A través de consultas personalizadas y la creación de planes de marketing adaptados a sus necesidades específicas, trabajamos en estrecha colaboración con ellos para llevar a cabo estrategias efectivas. Nuestro objetivo es convertirnos en su socio estratégico de confianza, brindando soporte continuo, asesoramiento estratégico y adaptaciones según su evolución en la industria musical.

En nuestra agencia de marketing musical, reconocemos la importancia de comprender y adaptarnos a los Customer Journeys de los DJs y productores. Estamos comprometidos en proporcionar servicios personalizados, establecer relaciones sólidas a largo plazo y contribuir al crecimiento y éxito sostenible de los talentos en la industria de la música. A través de una comprensión profunda de sus necesidades y metas, así como de las etapas clave en su recorrido, nos esforzamos por brindarles soluciones efectivas y estratégicas que los ayuden a alcanzar nuevas alturas en su carrera musical.

## 4. La competencia: Identificación de los competidores industriales y de mercado

### 4.1. Análisis descriptivo

En el análisis de la competencia, nos enfocaremos en examinar y comprender a profundidad las siguientes marcas dentro del ámbito de la industria musical y el marketing digital para artistas: La Caja Visual, Los Amigos Digitales, Bombotá Agency, Nación Artista, Independiza Música y Dispersion PR.

El propósito de este análisis descriptivo es adquirir un conocimiento exhaustivo de estas marcas, así como de sus estrategias, fortalezas y debilidades en el mercado actual. Al llevar a cabo un estudio minucioso de cada una de ellas, seremos capaces de identificar las oportunidades y los desafíos que se presentan en este entorno altamente competitivo. Estos hallazgos nos brindarán una base sólida para desarrollar una estrategia de marketing digital efectiva y diferenciada para artistas musicales independientes.

Durante el análisis, examinaremos diversas variables que nos permitirán obtener una visión completa de cada marca y su posicionamiento en el mercado. Estas variables incluyen:

- **Actividad:** Analizaremos la naturaleza de la actividad de cada marca en términos de los servicios que ofrecen y las soluciones que brindan a los artistas musicales independientes.
- **Productos/Servicios:** Evaluaremos los productos y servicios específicos que cada marca ofrece a sus clientes artistas, así como su calidad, innovación y relevancia en el mercado.
- **Público Objetivo:** Investigaremos el segmento de mercado al que se dirige cada marca, comprendiendo quiénes son sus clientes ideales y cómo se

adaptan a las necesidades y preferencias de ese público objetivo.

- **Clientes/Colaboradores:** Examinaremos los clientes y colaboradores clave con los que trabaja cada marca, evaluando su reputación, relaciones estratégicas y casos de éxito.
- **Casos de éxito:** Estudiaremos los logros y resultados alcanzados por cada marca, como colaboraciones exitosas con artistas destacados, campañas de promoción exitosas o reconocimientos en la industria.
- **Estrategia de precios:** Analizaremos las estrategias de precios utilizadas por cada marca para sus servicios, evaluando si se posicionan en el mercado como una opción más accesible, de gama alta o con un enfoque intermedio.
- **Promoción/Comunicación:** Examinaremos las estrategias de promoción y comunicación utilizadas por cada marca, incluyendo sus esfuerzos en marketing digital, publicidad, relaciones públicas y presencia en redes sociales.
- **Canales de distribución:** Investigaremos los canales de distribución utilizados por cada marca para llegar a su público objetivo, como plataformas digitales, eventos musicales, colaboraciones con otros actores de la industria, entre otros.
- **Fortalezas y Debilidades:** Identificaremos las fortalezas y debilidades de cada marca en relación con su posicionamiento en el mercado, su oferta de servicios, su reputación y su capacidad para satisfacer las necesidades de los artistas musicales independientes.
- **Opiniones de clientes:** Recopilaremos y analizaremos las opiniones y comentarios de los clientes de cada marca, para comprender su nivel de satisfacción, percepciones sobre la calidad de los servicios y la experiencia general de trabajar con ellos.



Con este análisis descriptivo de la competencia, obtendremos una visión completa y detallada de cada una de las marcas mencionadas. Este conocimiento nos permitirá tomar decisiones informadas y estratégicas para destacarnos en el mercado y ofrecer propuestas de valor únicas a nuestros clientes artistas musicales independientes.

Al comprender las actividades, productos/servicios, público objetivo, clientes/colaboradores, casos de éxito, estrategias de precios, promoción/comunicación, canales de distribución, fortalezas y debilidades, así como las opiniones de los clientes de cada marca, seremos capaces de identificar oportunidades de diferenciación, áreas de mejora y enfoques innovadores para brindar un valor agregado a nuestros clientes.

Este análisis descriptivo de la competencia nos permitirá tener una visión integral del panorama actual del marketing digital para artistas musicales independientes y nos ayudará a trazar estrategias efectivas y adaptadas a las necesidades de nuestros clientes. Con un enfoque claro y una comprensión profunda de la competencia, estaremos preparados para destacar y tener un impacto significativo en este entorno altamente competitivo.

#### 4.1.1. La caja visual (<https://lacajavisual.com/>)

- **Actividad:** La caja visual es una agencia de marketing musical que ofrece una variedad de servicios para músicos, artistas y sellos discográficos. La agencia ofrece servicios de promoción de lanzamientos de música, estrategias de marketing en redes sociales, publicidad en plataformas digitales, distribución de música y servicios de diseño gráfico y web para artistas y sellos discográficos. En el sitio web, también presentan su equipo de trabajo y algunos casos de éxito. Se dirigen principalmente a su público objetivo a través de canales digitales como su sitio web y redes sociales como Instagram y Facebook. Ofrecen una variedad de paquetes y planes de precios para adaptarse a las necesidades y presupuestos de los clientes. En general, LaCajaVisual.com se presenta como una agencia con amplia

experiencia en la industria musical, con servicios diseñados para ayudar a los artistas a mejorar su presencia en línea y su alcance.

- **Productos/servicios:** La Caja Visual ofrece la promoción de lanzamientos de música, estrategias de marketing en redes sociales, publicidad en plataformas digitales, distribución de música y servicios de diseño gráfico y web para artistas y sellos discográficos. La agencia se presenta como una opción para ayudar a los artistas a mejorar su presencia en línea y su alcance, con la experiencia y el conocimiento para adaptarse a las necesidades y presupuestos de los clientes. Además, a través de su blog, LaCajaVisual.com también comparte información y recursos útiles para músicos y artistas en la industria musical. En resumen, LaCajaVisual.com es una agencia de marketing musical que tiene como objetivo ayudar a los artistas a aumentar su visibilidad y promocionar su música de manera efectiva.
- **Público objetivo:** músicos, artistas y sellos discográficos que buscan servicios de marketing y promoción para promover su música y mejorar su presencia en línea. La agencia se enfoca en trabajar con artistas y sellos discográficos de diferentes géneros musicales y tamaños, desde artistas emergentes hasta artistas establecidos. Por lo tanto, su público objetivo se extiende a cualquier artista o sello discográfico que busque mejorar su presencia en línea y promover su música de manera efectiva en la industria musical.
- **Clientes/Colaboradores:** La caja visual cuenta en su portfolio con grandes artistas musicales, especialmente de habla hispana, entre ellos se encuentran: El Jincho, SFDK, Ele Perez, Nave PR, Rastachai, Big Nose.
- **Casos de éxito:** En cada uno de los artistas que están presentes en su web incluyen datos que han obtenido estos artistas gracias a la ayuda de La Caja Visual.
  - El Jincho: “Trabajamos en la promoción de su lanzamiento en YouTube y Spotify. Ya cuenta con más de 150.000 únicamente en

YouTube. Desarrollamos un marketing orgánico a través de un posicionamiento 100% orgánico reforzado de publicidad en Instagram.” (La Caja Visual, 2023)

- Rastachai: “Junto a Rastachai y otros artistas de la escena urbana, lanzamos #CHYPER vol.2 (El CHYPER vol.1 fue eliminado de YouTube por motivos legales). Así que, preparamos campañas mediáticas informando de la eliminación del CHYPER vol.1 presentando el vol.2. Creando en las campañas un sentimiento de pérdida mezclada con hype por escuchar el nuevo CHYPER. Hoy cuenta con más de 18.500.000 millones de visitas solo en youtube.” (La Caja visual, 2023). Los servicios que se ejecutaron fueron: Marketing, Campañas ADS, Playlisting.
- SFDK: “Junto al grupo SFDK y otro de los artistas con los que trabajamos con anterioridad Promocionamos ya cuenta con más de 100.000 visitas en YouTube y subiendo día tras día.” (La Caja visual, 2023). SFDK usó los servicios de Google Ads, Facebook Ads, Playlisting, Marketing y posicionamiento SEO de la agencia.
- Ele Perez: “El objetivo era llegar a los 1.000 suscriptores reales. Ele Perez nos vino con "Secretos de Victoria". El single con el que logramos que Ele Perez consiguiera sobrepasar los 1.000 suscriptores y las 320.000 visitas únicamente en YouTube.” (La Caja visual, 2023). Los servicios que se utilizaron para la promoción fueron: Google Ads, Facebook Ads, Playlisting, Marketing y posicionamiento SEO.
- Vanity Vercetti: “Promocionamos su disco completo en YouTube. Nos enfocamos primero en conseguir tráfico en su single "GLUE" para que los usuarios que vieran este videoclip orgánicamente fueran a escuchar los otros sencillos de Vanity. Y de este modo fue como conseguimos más de 1.000.000 con el disco 100% orgánico!” (La Caja visual, 2023). Los servicios que usaron desde la agencia fueron: Google Ads, Facebook Ads, Playlisting, Marketing y posicionamiento SEO.

- **Estrategia de precios:** La Caja visual cuenta con dos planes de precios, y estos son los siguientes:
  - Premium (Pack para lanzamientos profesionales). 150€ / mes. Este pack incluye:
    - Válido para YouTube y Spotify
    - +15.000 visitas/streams garantizadas
    - Se puede dividir entre 2 temas (opcional)
    - Incluimos tus temas en playlists
    - Soporte diario por whatsapp
    - Promoción de tu música en Instagram
  - Plus Premium (Pack ampliado con más resultados y más servicios). 800€ / mes. Este pack Incluye:
    - Perfecto para YouTube y Spotify.
    - +200.000 visitas / streams garantizadas
    - Recomendado para 1 lanzamiento profesional
    - Incluimos tus temas en Playlists
    - Soporte cliente VIP (whatsapp y/o teléfono)
    - Promoción de tu música en Instagram
    - Optimización SEO canal de YouTube (Posicionamiento)
    - Creamos tu página web de artista (1 año)
    - Te conseguimos varias entrevistas profesionales
- **Promoción o comunicación:** LaCajaVisual.com utiliza diferentes canales para promocionar y comunicar sus servicios y su marca. En primer lugar, utilizan su sitio web para presentar sus servicios y mostrar casos de éxito y testimonios de clientes satisfechos. También tienen un blog que comparte información útil para músicos y artistas en la industria musical, lo que les ayuda a atraer a su público objetivo y establecerse como expertos en el campo del marketing musical.

Además, utilizan las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube para promocionar sus servicios y compartir contenido relevante, como promociones especiales, tutoriales de marketing musical y noticias

relacionadas con la industria musical. También utilizan herramientas de publicidad en línea, como Google AdWords y Facebook Ads, para llegar a un público más amplio y aumentar su visibilidad en línea.

Otra estrategia de promoción que utiliza LaCajaVisual.com es el email marketing. A través de su lista de correo electrónico, envían boletines informativos y promociones especiales a sus clientes y seguidores, lo que les permite mantenerse en contacto y generar lealtad en su base de clientes existente.

- **Canales de distribución:** LaCajaVisual.com ofrece sus servicios de marketing y promoción musical principalmente a través de su sitio web. Sus clientes pueden contratar sus servicios en línea y contactarlos a través de un formulario de contacto o correo electrónico. Además, la empresa también utiliza las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube para promocionar sus servicios y atraer nuevos clientes. Además, pueden utilizar plataformas de distribución de música en línea, como Spotify y Apple Music, para promocionar la música de sus clientes y aumentar su visibilidad en la industria musical. En resumen, los canales de distribución principales de LaCajaVisual.com son su sitio web y las redes sociales, y también pueden utilizar plataformas de distribución de música en línea.
  
- **Fortalezas y Debilidades:**
  - Fortalezas:
    - Experiencia en la industria musical: La empresa tiene una amplia experiencia en la industria musical, lo que le permite ofrecer servicios especializados y adaptados a las necesidades de sus clientes.
    - Equipo de profesionales: LaCajaVisual.com cuenta con un equipo de profesionales altamente capacitados y experimentados en diferentes áreas del marketing musical y la promoción en línea.
    - Amplia gama de servicios: La empresa ofrece una amplia gama de servicios, desde la producción musical hasta la promoción en

línea, lo que le permite ofrecer soluciones integrales a sus clientes.

- Enfoque en resultados: LaCajaVisual.com se enfoca en lograr resultados concretos para sus clientes, lo que significa que trabajan de manera proactiva para asegurar que las campañas de marketing y promoción sean efectivas y generen resultados tangibles.

○ Debilidades:

- Precios elevados: Debido a su experiencia y especialización en la industria musical, los precios de sus servicios pueden ser más altos que los de algunas otras agencias de marketing.
- Limitación geográfica: LaCajaVisual.com tiene sede en España, lo que podría limitar su alcance y capacidad de atender a clientes en otros países.
- Competencia: La industria del marketing musical y la promoción en línea es muy competitiva, lo que significa que LaCajaVisual.com podría enfrentar desafíos para mantenerse competitiva en el mercado.
- Falta de información en su web, lo que puede provocar desconfianza.
- Su web no está bien elaborada y con faltas de ortografía, lo que puede dar a entender que tienen una falta compromiso o seriedad
- Utilizan WhatsApp como medio de soporte al cliente.

- **Opiniones de clientes:** Cuentan con testimonios de artistas en su web, las cuales hablan bien de la agencia. Por otro lado, en Google cuentan con 4,6 estrellas en reseñas, lo que es un promedio bastante positivo. La mayoría de las reseñas son muy buenas, ya que todos los artistas comentan que han recibido buenos resultados al comprar los packs de su web. Por otro lado, cuentan con alguna reseña negativa donde comentan los usuarios que nunca reciben atención y les llega a llamar “estafadores”, la agencia en este caso pega siempre el mismo mensaje como respuesta diciendo que esa persona

nunca ha sido cliente suyo y “Además los packs están sujetos a una transparente política en la que si no se cumple, se reembolsa el total/parcial de tu dinero. Respondemos rápidamente a nuestros clientes por el WhatsApp privado, el tiempo promedio de respuesta es de 2.5 horas.”

#### 4.1.2. Los amigos digitales (<https://losamigosdigitales.com/>)

- **Actividad:** Los Amigos Digitales es una agencia de marketing digital que se especializa en brindar soluciones de marketing y promoción a empresas y artistas de la industria musical. La agencia se encuentra ubicada en Madrid, España. La agencia ofrece servicios como estrategia de marketing digital, gestión de redes sociales, publicidad en línea, diseño gráfico y web, producción de contenido audiovisual y relaciones públicas.

Uno de los principales objetivos de Los Amigos Digitales es ayudar a los artistas y empresas de la industria musical a aumentar su visibilidad y llegar a una audiencia más amplia. Para lograr esto, la agencia utiliza una variedad de herramientas y estrategias de marketing digital, incluyendo el uso de redes sociales, publicidad en línea y contenido audiovisual.

La empresa trabaja con una variedad de clientes, desde artistas emergentes hasta empresas establecidas en la industria musical.

- **Productos/servicios:** En su web anuncian que ayudan en los siguientes aspectos:
  - Chequeo digital
  - Estrategia digital
  - Desarrollo y mantenimiento de Webs (y Apps y PWAs)
  - Creación de skills para altavoces inteligentes
  - Administración de perfiles en redes sociales
  - Campañas de publicidad en redes sociales (y Google)
  - Campañas de publicidad en TikTok
  - Gestión de playlists y perfiles en Spotify
  - Campañas de publicidad en Spotify

- Retransmisión online de eventos
- Puesta en marcha y gestión de listas de correo
- Requisitos legales
- Traducciones a inglés y portugués
- **Público objetivo:** Su público objetivo son artistas y otros actores de la industria musical.
- **Clientes/Colaboradores:** Se puede encontrar artistas como: Johnny B. Zero; La Pureza Records; Diego Guerrero; Aurea; Manolo Garcia; Emotional Events; Osvaldo Montes
- **Casos de éxito:** No existen casos de éxito como tal, ya que únicamente se limitan a anunciar los artistas o empresas con las que trabajan y una descripción breve del proyecto que han realizado juntos.
- **Estrategia de precios:** Presupuesto
- **Promoción o comunicación:** Según la información disponible en su sitio web, Los Amigos Digitales utilizan una variedad de canales para promocionar y comunicar sus servicios. En primer lugar, utilizan su sitio web como una plataforma para mostrar sus servicios y logros anteriores. También tienen una presencia activa en redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn, donde comparten contenido relacionado con la industria musical y promocionan sus servicios.

Además, tienen un blog donde publican artículos y noticias relacionados con la industria musical y la tecnología. También ofrecen una newsletter a través de la cual comparten actualizaciones de la industria y promocionan sus servicios.

Otras estrategias de promoción que utilizan son la participación en eventos de la industria musical y la colaboración con otros profesionales de la industria. También han trabajado con artistas reconocidos y empresas líderes en la industria musical, lo que les permite ampliar su alcance y credibilidad.

En resumen, Los Amigos Digitales utilizan una combinación de estrategias digitales y de networking en la industria musical para promocionar y comunicar sus servicios.



- **Canales de distribución:**

- Sitio web: su sitio web es una herramienta clave para promocionar sus servicios y atraer nuevos clientes. En él, presentan su portafolio y brindan información detallada sobre los servicios que ofrecen.
- Redes sociales: también utilizan las redes sociales para promocionar su marca y servicios. Tienen perfiles en Instagram, Facebook y Twitter, donde comparten noticias, eventos, promociones y otros contenidos relacionados con su agencia.
- Email marketing: Los Amigos Digitales utilizan el correo electrónico para mantener una comunicación constante con su audiencia y clientes. A través de esta herramienta, envían newsletters, promociones especiales y contenido relevante para el público interesado en la música.
- Publicidad online: otra de las estrategias de distribución que utilizan es la publicidad online, a través de herramientas como Google Ads y Facebook Ads. Estas plataformas les permiten llegar a un público específico y medir el impacto de sus anuncios.
- Eventos y ferias: también participan en eventos y ferias de la industria musical, donde tienen la oportunidad de dar a conocer su agencia, establecer contactos y promocionar sus servicios.
- Recomendaciones y referencias: finalmente, Los Amigos Digitales reconocen la importancia de las recomendaciones y referencias de clientes satisfechos, por lo que fomentan el boca a boca y el networking para aumentar su alcance.

- **Fortalezas y Debilidades:**

- Fortalezas:
  - Especialización en el mercado musical: Los Amigos Digitales se enfocan en brindar servicios digitales específicos para artistas y empresas en el ámbito de la música, lo que les permite conocer bien las necesidades del sector y ofrecer soluciones especializadas.

- Amplia gama de servicios: La agencia ofrece una gran variedad de servicios digitales, desde la creación de sitios web hasta la gestión de redes sociales y campañas de publicidad en línea, lo que la convierte en una opción completa para las necesidades de marketing digital de sus clientes.
- Experiencia en la industria musical: Los fundadores de la agencia tienen experiencia previa en la industria musical, lo que les permite tener una comprensión profunda de las necesidades de los artistas y empresas que trabajan en este sector.
- Debilidades
  - Falta de información en el sitio web: Aunque el sitio web de la agencia es atractivo y fácil de navegar, hay poca información disponible sobre la compañía en sí, lo que puede generar incertidumbre en los clientes potenciales.
  - Precios no detallados: Los precios de los servicios que ofrecen no están disponibles en el sitio web, lo que puede dificultar a los clientes potenciales la comparación de precios con otras agencias.
  - Alcance limitado: Los Amigos Digitales tienen su base en España y, aunque ofrecen servicios en línea tanto en español como en portugués e inglés, su alcance geográfico puede ser limitado, lo que puede reducir su atractivo para clientes fuera de España.
- **Opiniones de clientes:** No cuenta con un gran número de reseñas ni con testimonios de los artistas en la misma web de la empresa, lo que genera cierta desconfianza sobre sus servicios. Únicamente hay presencia de una reseña en Google, realizada por Diego Rodriguez: “Un cliente nuestro necesitaba contratar servicios digitales relacionados con el mundo de la música y le recomendamos hablar con Los Amigos Digitales. Álvaro lleva en el mundo de la música desde siempre. Su formación técnica le permite entender los problemas de una campaña digital. Junta ambas cosas y ya tienes la agencia digital musical perfecta.” (<https://g.co/kgs/C8bMor>)

#### 4.1.3. Bomobota Agency (<https://bombota.co/>)

- **Actividad:** Bombota.co es una agencia especializada en la creación de contenido musical y audiovisual, que busca ayudar a los artistas y empresas a llevar sus proyectos al siguiente nivel. Su enfoque es arriesgado, creativo y eficaz, lo que les permite ofrecer soluciones personalizadas y adaptadas a las necesidades de cada cliente.

Entre los servicios que ofrecen se encuentran la producción musical, la composición de canciones, la grabación de audio, la mezcla y masterización, así como la producción y postproducción de videos musicales y otros contenidos audiovisuales. Además, también ofrecen servicios de asesoramiento y consultoría en el ámbito de la música y el entretenimiento.

La agencia se presenta como un equipo de profesionales altamente capacitados y experimentados en diferentes áreas de la industria musical y audiovisual, lo que les permite abordar proyectos de diferentes géneros y estilos con éxito. Su objetivo es ayudar a sus clientes a materializar sus ideas y sueños, y a lograr el éxito en su carrera artística o empresarial.

En cuanto a su presencia en línea, Bombota.co cuenta con una página web moderna y atractiva, en la que ofrece información detallada sobre sus servicios, proyectos anteriores y equipo de trabajo. También tienen una presencia activa en redes sociales como Instagram, Facebook y YouTube, donde comparten contenido promocional y trabajos realizados para sus clientes.

- **Productos/servicios:** Sus servicios están divididos en 3 categorías:
  - Música
    - Producción musical
    - Mezcla y Mastering
    - Sonido en vivo
  - Visual
    - Videos increíbles

- Fotografía
  - Diseño
  - Management
    - Concepto
    - Styling
    - Live planning
- **Público objetivo:** Su público objetivo son artistas y empresas que necesiten contenido musical y audiovisual.
- **Clientes/Colaboradores:** Entre sus clientes y colaboradores más destacados se encuentran: Ableton; Pro Indie Music; Believe. ; DNA Music.
- **Casos de éxito:** No cuentan con un caso de éxito específico de un cliente, sin embargo han conseguido:
  - +150 shows
  - +20 proyectos
  - +10 años de experiencia
  - 987K sonrisas de artistas
- **Estrategia de precios:** No cuentan con un plan de precios establecido, por esta razón crean un presupuesto en base al presupuesto que el cliente tenga disponible y están abiertos a negociar.
- **Promoción o comunicación:** Se puede observar que Bombota utiliza principalmente las redes sociales como Instagram y TikTok para promocionar sus servicios y mostrar sus proyectos y colaboraciones con artistas y marcas. También utilizan su canal de YouTube para mostrar contenido audiovisual relacionado con sus trabajos.

Además, ofrecen la opción de suscribirse a su boletín de noticias para estar al tanto de sus proyectos y novedades, y tienen una sección de blog en su sitio web donde comparten noticias y consejos relacionados con la industria musical y audiovisual. Asimismo, también tienen una sección de contacto en su sitio web donde se pueden hacer consultas y solicitar presupuestos.

- **Canales de distribución:** A través de canales digitales como YouTube, Spotify, Apple Music, entre otros. También pueden trabajar con empresas para crear contenido publicitario y promocionarlo a través de los canales de la empresa.
- **Fortalezas y debilidades:**
  - Fortalezas:
    - Equipo de profesionales creativos y experimentados que pueden brindar soluciones personalizadas para cada proyecto.
    - Enfoque en la calidad del contenido y la atención al detalle para lograr resultados excepcionales.
    - Buena reputación en el mercado y en la industria, con clientes satisfechos y casos de éxito.
    - Capacidad para trabajar con una amplia gama de presupuestos y ofrecer opciones flexibles a los clientes.
  - Debilidades:
    - Posible falta de experiencia en proyectos o géneros específicos de música o contenido audiovisual.
    - Dependencia de un pequeño número de clientes importantes, lo que podría generar riesgos financieros si alguno de ellos se retira o reduce su presupuesto.
    - Competencia en un mercado saturado de agencias creativas, lo que puede dificultar la adquisición de nuevos clientes y mantener una posición competitiva.
    - Posibles limitaciones en la capacidad de producción y recursos, lo que puede limitar la capacidad de aceptar y cumplir con proyectos de mayor envergadura o en plazos ajustados.
- **Opiniones de clientes:** No cuentan con ningún tipo de reseña o testimonio por parte de ningún artista, únicamente se puede encontrar reseñas en google, con 5 estrellas ambas.

#### 4.1.4. Nación artista (<https://nacionartista.com/>)

- **Actividad:** Nación Artista es una agencia de marketing digital especializada en la industria de la música. Su objetivo principal es ayudar a los artistas y sellos discográficos a maximizar su presencia en línea y obtener un mayor alcance y visibilidad en la industria musical.
- **Productos/servicios:**
  - Gestión de redes sociales
  - Creación de estrategias de marketing digital
  - Producción de contenido audiovisual
  - Organización de eventos en vivo.
- **Público objetivo:** Nación Artista se enfoca en artistas y sellos discográficos independientes que buscan establecerse en la industria musical y aumentar su alcance en línea. También trabajan con músicos y bandas establecidas que buscan mejorar su presencia en línea y obtener más seguidores y oyentes.
- **Clientes/Colaboradores:** No dan información al respecto
- **Casos de éxito:** No cuentan con casos de éxito de ningún tipo
- **Estrategia de precios:** En su sitio web no se ofrecen precios para los servicios que brindan. En lugar de eso, parecen enfocados en personalizar su oferta a las necesidades y presupuesto de cada cliente.
- **Promoción o comunicación:** Nación Artista utiliza principalmente las redes sociales y su sitio web. A través de estas plataformas, comparten sus servicios y casos de éxito, y mantienen una comunicación constante con su audiencia.
- **Canales de distribución:** Utiliza las redes sociales (YouTube, Instagram, TikTok WhatsApp y email)
- **Fortalezas y Debilidades:**
  - Fortalezas
    - Enfoque en el desarrollo de talentos y la gestión de carreras artísticas, lo que indica su experiencia y especialización en este campo.
    - Ofrecen servicios personalizados y adaptados a las necesidades específicas de cada artista o proyecto.

- Cuentan con un equipo de profesionales en áreas clave como la producción musical, la gestión de redes sociales, el diseño gráfico y la fotografía, lo que les permite ofrecer servicios integrales.
- Trabajan con una amplia gama de géneros y estilos musicales, lo que indica su capacidad para adaptarse a las preferencias de sus clientes.
- Cuentan con una presencia en varias plataformas digitales como Spotify, YouTube, Instagram, entre otras, lo que les permite ampliar el alcance de los proyectos que gestionan.
- Debilidades
  - No brindan información detallada sobre sus servicios y tarifas en su sitio web, lo que podría generar incertidumbre en los potenciales clientes.
  - No cuentan con una sección de testimonios o casos de éxito, lo que podría disminuir la credibilidad y confianza en su capacidad para gestionar carreras artísticas exitosas.
  - No se especifica la ubicación geográfica de la empresa, lo que podría dificultar la comunicación y reuniones en persona con clientes.
- **Opiniones de clientes:** No hay presencia de ningún tipo de testimonios ni de opiniones de la agencia.

#### 4.1.5. Independiza Música (<https://www.independizamusica.com/>)

- **Actividad:** Independiza Música, ubicada en la Ciudad de México, es una agencia de servicios musicales que se enfoca en ayudar a músicos y artistas independientes a establecer y desarrollar su carrera musical. La agencia ofrece una variedad de servicios diseñados para ayudar a los artistas a promocionar su música y hacer crecer su base de seguidores.

Independiza Música trabaja con un enfoque personalizado, lo que significa que se adaptan a las necesidades específicas de cada artista y ofrecen soluciones personalizadas para ayudarles a alcanzar sus objetivos.

Independiza Música funciona mediante la amplificación de lanzamientos musicales a través de medios gracias a la red que su plataforma tiene. Gracias a su plataforma, los músicos pueden enviar sus lanzamientos a curadores de playlists, blogs, revistas y canales de radio/podcast para aumentar su visibilidad y alcanzar un mayor número de reproducciones, de esta forma también proporcionan retroalimentación a los artistas y les dan la opción de hacer crecer su red de contactos para futuros lanzamientos y proyectos.

- **Productos/servicios:** Entre los servicios que ofrece Independiza Música se incluyen la promoción en línea, Feedback de profesionales, networking con otros artistas y el marketing musical. Estos funcionan mediante unos créditos que los clientes contratan y canjean para tener las ventajas que la agencia ofrece.
- **Público objetivo:** El público objetivo de Independiza Música se enfoca principalmente en artistas y músicos independientes que buscan asesoría y servicios para impulsar su carrera en la industria musical. También pueden dirigirse a sellos discográficos independientes, productores musicales, managers y otros profesionales de la industria musical que requieren servicios especializados para sus proyectos. Además, también ofrecen



servicios de formación y educación en música y marketing para aquellos que buscan mejorar sus habilidades y conocimientos en el ámbito musical.

- **Clientes/Colaboradores:** Tiene dividido sus colaboradores en dos categorías, estos son impulsores y artistas. Impulsores son aquellos que ayudan a la promoción de los artistas que están dentro de la plataforma mediante los medios para los que trabaja.
  
- **Casos de éxito:** Sus casos de éxito están representados en su web de una forma muy sencilla y concisa
  - 1700+ campañas completadas
  - 200+ Impulsores registrados
  - 98% artistas satisfechos
  
- **Estrategia de precios:** Su estrategia de precios se basa en la adquisición de créditos los cuales puedes canjear para crear tu estrategia a medida, cada crédito, llamado “indie”, tiene un valor de 2 dólares estadounidenses. Estos créditos facilitan a los artistas enviar sus lanzamientos a Medios, y cada medio, según su categoría, tiene un precio distinto. Por ejemplo:
  - Medios básicos: 1 indie
  - Medios Premium: 4 indies
  - Medios Plus: 8 indiesPor otro lado, cuentan con paquetes de descuento:
  - Básico (16 indies): 28\$
  - Plus (30 indies): 56\$
  - Premium (50 indies): 96\$
  
- **Promoción o comunicación:** Independiza Música utiliza varios canales de promoción y comunicación para llegar a su público objetivo. Algunas de las estrategias que utilizan incluyen:
  - Redes sociales: La agencia tiene presencia en diferentes plataformas de redes sociales, como Instagram, Facebook y TikTok, donde publican regularmente contenido relacionado con sus servicios, promociones y noticias relevantes del sector musical.

- Publicidad online: Independiza Música utiliza anuncios pagados en redes sociales y Google AdWords para llegar a un público más amplio y captar nuevos clientes.
- Marketing de contenidos: La agencia produce y comparte contenido educativo y relevante en su sitio web y blog, como guías y tutoriales sobre cómo promocionar la música de forma independiente y cómo maximizar el alcance de una canción.
- **Canales de distribución:** Principalmente sus redes sociales y mediante el networking con agencias de medios especializadas en música, todo de forma digital.
- **Fortalezas y Debilidades:** Estas son las Fortalezas y debilidades de Independiza Música:
  - Fortalezas:
    - Gran cantidad de contactos dentro de la industria de la música, como curadores, medios de música, blogs, etc.
    - Experiencia y conocimientos en la industria musical: la agencia cuenta con profesionales con amplia experiencia en el sector, lo que les permite ofrecer servicios especializados y adaptados a las necesidades de sus clientes.
    - Retroalimentación por parte de los profesionales que amplifican el contenido de estos artistas.
    - Oportunidad de crear nuevas redes de contactos.
  - Debilidades
    - Falta de reconocimiento de marca: si bien la agencia ha trabajado con artistas destacados en la escena independiente, aún puede ser desconocida para muchos artistas y bandas que buscan servicios de este tipo, lo que puede dificultar la captación de nuevos clientes.
    - Sistema de créditos limitado, ya que no da mucha libertad y funciona según niveles.
    - Poca variedad de servicios, únicamente se puede enviar lanzamientos y no ofrece ningún tipo de servicios como

promoción en redes sociales, estrategia de redes sociales, creación de contenidos, etc.

- **Opiniones de clientes:** Independiza Música cuenta con buenas valoraciones, un ejemplo de ello es el portal de Trust Pilot, una web que muchos usuarios utilizan para compartir sus experiencias con algún tipo de servicio y en el Independiza Música cuenta con una nota media de 4,5 sobre 5, su valoración más baja es de 4 sobre 5. Principalmente entre las opiniones, los usuarios destacan que tienen muy buen servicio al cliente y que son muy transparentes.

#### 4.1.6. Dispersion PR (<https://www.dispersionpr.com/>)

- **Actividad:** Dispersion PR es una agencia de relaciones públicas y marketing digital con sede en Los Ángeles, California. Su enfoque principal es la promoción de la música electrónica y la cultura de la vida nocturna. Ofrecen una amplia variedad de servicios para artistas, sellos discográficos y eventos, incluyendo relaciones públicas, marketing digital, estrategias de lanzamiento, gestión de redes sociales, publicidad y más.

La agencia se enfoca en crear una presencia digital sólida y estrategias de marketing efectivas para sus clientes en la industria de la música electrónica. Dispersion PR se esfuerza por ser innovadora y creativa en su trabajo, adaptándose a las cambiantes tendencias en la industria y manteniéndose al día con las últimas tecnologías y herramientas de marketing.

Dispersion PR se destaca por su enfoque personalizado en la promoción y comercialización de la música electrónica y eventos relacionados. La agencia se enorgullece de trabajar en estrecha colaboración con sus clientes para entender sus necesidades y objetivos, y personalizar una estrategia de marketing que les permita alcanzar el éxito.

- **Productos/servicios:**
  - Comunicación y relaciones públicas: La agencia ofrece servicios de comunicación y relaciones públicas para artistas y marcas, incluyendo

la creación de estrategias de comunicación, la gestión de prensa y medios, y la organización de eventos de lanzamiento.

- Marketing y publicidad: Dispersion PR ofrece servicios de marketing y publicidad en línea y fuera de línea, incluyendo la creación de campañas publicitarias, la gestión de redes sociales y la optimización del SEO.
  - Consultoría y asesoramiento: La agencia ofrece servicios de consultoría y asesoramiento para ayudar a los clientes a desarrollar estrategias de marketing y promoción efectivas y personalizadas.
  - Producción de contenido: Dispersion PR también ofrece servicios de producción de contenido, como la creación de videos promocionales, sesiones de fotos y diseño gráfico.
  - Gestión de marca: La agencia ayuda a los artistas y marcas a construir y gestionar su identidad de marca, incluyendo la creación de un plan de marca y la gestión de su presencia en línea.
  - Desarrollo de sitios web: Dispersion PR también ofrece servicios de desarrollo de sitios web, incluyendo diseño y desarrollo, programación y mantenimiento.
- 
- **Público objetivo**: El público objetivo de Dispersion PR son artistas, músicos, bandas, discográficas, festivales y otros profesionales de la industria musical, en específico de la música electrónica. Su enfoque principal es trabajar con artistas emergentes y ayudarles a crecer en la industria. También trabajan con artistas establecidos que buscan aumentar su presencia y expandir su alcance.
  - **Clientes/Colaboradores**: En su página web podemos encontrar los artistas y sellos más destacados que confían en Dispersion.
    - Artistas: Lady Tazz; Jorkes; ANOTR; Ben Sims; Cloonee; Francisco Allendes; PAWSA; Rebekah, entre muchos otros
    - Sellos: Repopulate Mars; NxT Records; Fuse London; Paradise Music; Hottrax; Heist Recording; entre otros.

- **Casos de éxito:** No cuenta con casos de éxito en sí, pero su lista de clientes les hace ser atractivos para otros futuros clientes.
- **Estrategia de precios:** Es posible que ofrezcan paquetes personalizados para adaptarse a las necesidades y presupuestos de sus clientes. Para obtener información más precisa sobre los precios, es posible que deba comunicarse directamente con la agencia.
- **Promoción o comunicación:** Dispersion PR utiliza una variedad de técnicas de promoción y comunicación para llegar a su audiencia. Esto incluye relaciones públicas, publicidad, marketing digital y estrategias de redes sociales.

La agencia enfatiza la importancia de las relaciones públicas para construir y mantener la imagen pública de sus clientes. Utilizan técnicas de relaciones públicas tradicionales, como la redacción de comunicados de prensa, la organización de eventos de lanzamiento de productos y la gestión de la reputación en línea.

Además, la agencia utiliza estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad en línea de sus clientes, como SEO, PPC, publicidad en redes sociales y marketing por correo electrónico.

Finalmente, Dispersion PR utiliza las redes sociales para llegar a la audiencia de sus clientes y construir su presencia en línea. La agencia desarrolla estrategias de contenido para plataformas de redes sociales como Facebook, Twitter, TikTok, Instagram y LinkedIn. También ofrece servicios de administración de redes sociales para ayudar a los clientes a interactuar con su audiencia en línea de manera efectiva.

- **Canales de distribución:** En su sitio web se puede ver que utilizan una variedad de canales de comunicación para promocionar su trabajo y llegar a su público objetivo, incluyendo medios de comunicación, redes sociales y

eventos. Es posible que también utilicen redes de contactos y relaciones públicas para difundir su trabajo y conectarse con posibles clientes.

- **Fortalezas y Debilidades:**

- Fortalezas:

- Experiencia en la industria del entretenimiento: Dispersion PR tiene una larga trayectoria de trabajo con clientes en la industria del entretenimiento, lo que les permite tener un conocimiento profundo y comprensión del mercado y las necesidades del sector.
- Amplia gama de servicios: Dispersion PR ofrece una variedad de servicios que incluyen relaciones públicas, marketing digital, gestión de redes sociales y marketing de influencers, lo que permite a los clientes elegir los servicios que mejor se adapten a sus necesidades.
- Enfoque en el cliente: la agencia se enfoca en proporcionar soluciones personalizadas para cada cliente y sus necesidades específicas.
- Presencia en múltiples ubicaciones: Dispersion PR tiene oficinas en Nueva York, Los Ángeles y Nashville, lo que les permite tener una presencia nacional en los EE. UU. y estar cerca de importantes centros de la industria del entretenimiento.

- Debilidades:

- Falta de transparencia de precios: Dispersion PR no publica los precios de sus servicios en su sitio web, lo que puede dificultar para los clientes potenciales determinar si sus servicios están dentro de su presupuesto.
- Enfoque limitado en industrias fuera del entretenimiento: aunque la agencia puede trabajar con clientes en otras industrias, su enfoque principal está en el entretenimiento, lo que limita su alcance y capacidad para atraer a clientes en otros sectores.
- Comunicación limitada en el sitio web: el sitio web de Dispersion PR proporciona información limitada sobre la agencia, lo que

puede dificultar a los clientes potenciales determinar si son una buena opción para sus necesidades de marketing y relaciones públicas.

- **Opiniones de clientes:** Las opiniones son positivas, ya que cuentan con un 4,8 sobre 5 y los usuarios comparten comentarios positivos de la dedicación de su trabajo y lo bien que lo realizan.

En conclusión, el análisis descriptivo de los competidores en el mercado de marketing digital para artistas musicales independientes nos ha brindado una visión completa y detallada de las marcas analizadas: La Caja Visual, Los Amigos Digitales, Bombotá Agency, Nación Artista, Independiza Música y Dispersion PR. A través de la evaluación de diversas variables, hemos obtenido información valiosa para comprender su actividad, productos/servicios, público objetivo, clientes/colaboradores, casos de éxito, estrategias de precios, promoción/comunicación, canales de distribución, fortalezas y debilidades, así como las opiniones de los clientes.

Este análisis nos ha permitido identificar elementos distintivos y áreas de mejora en cada una de las marcas. Hemos observado que cada competidor tiene su propio enfoque y estrategias particulares para atender a artistas musicales independientes. Algunos se especializan en la creación de contenido visual atractivo y personalizado, mientras que otros se enfocan en la gestión integral de la presencia digital de los artistas. También hemos encontrado diferencias en cuanto a sus públicos objetivos, precios, promoción y canales de distribución.

Al analizar los casos de éxito, hemos observado que cada marca ha logrado destacar en diferentes proyectos y colaboraciones, lo que demuestra su capacidad para generar resultados positivos para sus clientes. Además, hemos tenido acceso a las opiniones de los clientes, lo cual nos ha proporcionado información sobre su nivel de satisfacción y la calidad de los servicios recibidos.

Este análisis nos ha permitido identificar nuestras fortalezas y oportunidades en el mercado. Podemos destacar nuestro enfoque personalizado, la capacidad de

adaptarnos a las necesidades específicas de cada artista musical independiente y nuestra amplia experiencia en el sector. También hemos identificado áreas de mejora en cuanto a la promoción y comunicación, donde podemos implementar estrategias más innovadoras y efectivas para llegar a un público más amplio y diverso.

En resumen, el análisis descriptivo de la competencia nos ha brindado una comprensión profunda del panorama actual del marketing digital para artistas musicales independientes. Estamos en una posición sólida para ofrecer propuestas de valor diferenciadas y adaptadas a las necesidades de nuestros clientes. Con este conocimiento, estamos listos para trazar estrategias efectivas que nos permitan destacar en el mercado y ser una agencia líder en el apoyo y promoción de artistas musicales independientes.



## 4.2. Análisis comparativo

Rúbrica		Criterios de ponderación		
Variables	Entendido o como	1	3	5
<b>Precio</b>	Rango de precios	Precio alto en comparación con la competencia, lo que lo hace poco accesible para la mayoría de los clientes potenciales.	Precio medio, similar al promedio del mercado y con opciones para distintos presupuestos.	Precio bajo en comparación con la competencia, lo que lo hace muy accesible para la mayoría de los clientes potenciales.
<b>Surtido de servicios</b>	Variedad de servicios	Ofrece pocos servicios, lo que limita las opciones de los clientes potenciales.	Ofrece una cantidad razonable de servicios que abarca las necesidades básicas de los clientes potenciales.	Ofrece una amplia variedad de servicios que cubre todas las necesidades de los clientes potenciales.
<b>Calidad percibida</b>	Calidad del servicio percibido	No tiene casos de éxito destacados y la calidad de su diseño web no es atractiva o profesional.	Tiene algunos casos de éxito y la calidad de su diseño web es aceptable.	Tiene varios casos de éxito y la calidad de su diseño web es excelente y atractiva.

<b>Confianza percibida</b>	Presencia digital que genera confianza	Tiene poca presencia digital y/o pocos comentarios positivos en línea, lo que hace que los clientes potenciales duden de su reputación.	Tiene cierta presencia digital y algunos comentarios positivos en línea, lo que genera una confianza razonable en los clientes potenciales.	Tiene una fuerte presencia digital y muchos comentarios positivos en línea, lo que genera una gran confianza en los clientes potenciales.
<b>Imagen de marca percibida</b>	Percepción de la marca	Tiene una imagen de marca negativa, con diseños poco atractivos, pocos seguidores en redes sociales y pocos posts o entradas de blog.	Tiene una imagen de marca aceptable, con diseños aceptables, algunos seguidores en redes sociales y algunos posts o entradas de blog.	Tiene una imagen de marca excelente, con diseños atractivos, muchos seguidores en redes sociales y muchos posts o entradas de blog.
<b>Contactabilidad</b>	Facilidad de contacto	Es difícil contactar con ellos, no tienen un formulario de contacto en su sitio web, no tienen un chat	Tienen algunas opciones de contacto en su sitio web, como un formulario de contacto o un chat en línea, pero puede que	Tienen varias opciones de contacto en su sitio web, como un formulario de contacto, un chat en línea y un número de

		en línea y no responden a correos electrónicos o llamadas.	no respondan inmediatamente.	teléfono, y responden a correos electrónicos y llamadas en un tiempo razonable.
--	--	--	------------------------------	---

Elaboración propia | Tabla 1. Criterios de ponderación análisis comparativo

Rúbrica		Empresa					
Variables	Peso	La caja visual	Los amigos digitales	Bombot á Agency	Nación artista	Independiza Música	Dispersión PR
Precio	20%	1	0,6	0,6	0,6	0,2	0,6
Surtido de servicios	10%	0,3	0,5	0,3	0,3	0,1	0,3
Calidad percibida	20%	0,6	1	1	0,2	1	1
Confianza percibida	20%	1	0,2	0,6	0,6	1	0,6
Imagen de marca percibida	20%	1	0,2	0,6	0,6	1	0,6
Contactabilidad	10%	0,3	0,3	0,5	0,5	0,5	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>4,2</b>	<b>2,8</b>	<b>3,6</b>	<b>2,8</b>	<b>3,8</b>	<b>3,2</b>

Elaboración propia | Tabla 2. Puntuación empresas análisis comparativo

Tras analizar minuciosamente los resultados de la rúbrica de competidores, podemos obtener una visión más completa de cada agencia y sus fortalezas y

debilidades en diferentes áreas clave. A continuación, se detallan los resultados obtenidos y se justifican cada uno de ellos:

**Precio:** "La caja visual" ha obtenido la puntuación máxima en esta variable, lo que indica que ofrecen precios competitivos en el mercado que la agencia es capaz de adaptarse al presupuesto de sus clientes y ofrecer servicios sin costos adicionales.

**Surtido de servicios:** "Los amigos digitales" han obtenido una puntuación alta en esta categoría, lo que indica que ofrecen una amplia gama de servicios para satisfacer las diversas necesidades de sus clientes. Esto les otorga una ventaja competitiva al brindar soluciones integrales en marketing digital.

**Calidad percibida:** "Los amigos digitales", "Bombotá Agency", "Independiza Música" y "Dispersion" han obtenido puntuaciones altas en este aspecto. Esto indica que los clientes perciben una calidad superior en los servicios que ofrecen estas agencias, lo cual es un factor determinante a la hora de elegir un proveedor de marketing digital.

**Confianza percibida:** Tanto "La caja visual" como "Independiza música" han obtenido puntuaciones altas en esta variable. Esto sugiere que los clientes confían en la fiabilidad y profesionalismo de estas agencias, lo cual es crucial para establecer relaciones comerciales sólidas y duraderas.

**Imagen de marca percibida:** "La caja visual" y "Independiza música" también han obtenido puntuaciones altas en este aspecto. Esto indica que los clientes perciben a estas agencias como marcas sólidas y bien posicionadas en el mercado, lo cual es fundamental para generar confianza y atraer a nuevos clientes.

**Contactabilidad:** En este aspecto no se puede destacar ninguna de las agencias como que ofrecen un método de contacto en condiciones, ya que se limitan en un nivel aceptable, ni bueno ni malo, sin embargo "Dispersion" obtiene la peor puntuación en este aspecto, ya que no tiene ninguna opción para contactar de forma efectiva.

En resumen, estos resultados proporcionan información detallada y justificada sobre las fortalezas y debilidades de cada agencia competidora. Estos datos son valiosos para nuestra estrategia competitiva, ya que nos permiten identificar las áreas en las que podemos destacar y las oportunidades de mejora para ofrecer un servicio diferenciado y satisfacer las necesidades de nuestros clientes de manera más efectiva. Y como hemos podido observar, “La caja visual” destaca en precio, confianza e imagen. Por otro lado, “Los amigos digitales” tienen muy buena calidad percibida, ya que se puede apreciar que son expertos en el sector, al igual que ocurre con “Bombotá Agency”, que destaca en el mismo aspecto. Por otro lado “Independiza Música” son los que mejores servicios ofrecen, esto es debido que ha sido el competidor que mejores puntuaciones ha obtenido en un mayor número de características, sobre todo destaca en la imagen que da al público, consiguiendo un 1 en “Calidad”, “Confianza” e “Imagen” percibida. Lo que nos da a entender que es una agencia muy completa que cuida la mayoría de los aspectos que la forman.

### 4.3. Ventaja competitiva

La ventaja competitiva es uno de los factores más importantes que pueden impulsar el éxito de una empresa en un mercado cada vez más saturado y competitivo. En este sentido, el análisis de la competencia se convierte en una herramienta fundamental para identificar las fortalezas y debilidades de nuestros competidores directos, lo que nos permite desarrollar estrategias que nos permitan diferenciarnos y obtener una posición ventajosa en el mercado.

El presente trabajo de fin de grado se centra en la identificación de la ventaja competitiva de nuestra empresa a partir del análisis de la competencia. Para ello, se han realizado estudios exhaustivos de los competidores directos en el mercado, analizando sus productos, precios, canales de distribución, estrategias de marketing y otros factores relevantes. Con esta información, se ha desarrollado una propuesta de valor única que nos permite destacar entre la competencia y posicionarnos como líderes en nuestro sector.

1. **Experiencia en la industria musical:** Somos una agencia de marketing digital creada por amantes y profesionales de la música electrónica, lo que

significa que entendemos la cultura y las necesidades de este género musical. Hemos trabajado con artistas de la escena underground y mainstream, y conocemos los canales y estrategias adecuados para llegar a su audiencia y fidelizarla. Nuestra experiencia y pasión por la música electrónica nos permite ofrecer un enfoque único e innovador para nuestros clientes.

2. **Estrategias creativas y efectivas:** En nuestra agencia no creemos en las soluciones genéricas para nuestros clientes. En cambio, desarrollamos estrategias personalizadas y creativas para cada artista, basadas en su identidad y objetivos. Sabemos que la música electrónica es un género muy amplio y diverso, por lo que nuestra estrategia se enfoca en aprovechar los puntos fuertes y únicos de cada artista. Nuestro objetivo es ofrecer una experiencia auténtica para los seguidores, lo que se traduce en un mayor alcance y una mayor fidelidad hacia el artista.
3. **Enfoque en la comunidad:** La música electrónica es un género que se caracteriza por su comunidad fuerte y unida. En nuestra agencia, creemos en el poder de la comunidad y en la construcción de relaciones duraderas entre artistas y fans. Nos enfocamos en generar interacciones significativas entre los seguidores y los artistas que representamos, lo que se traduce en un mayor compromiso y lealtad. Entendemos la importancia de la interacción y la comunicación en la construcción de una comunidad, y trabajamos en estrecha colaboración con nuestros clientes para crear experiencias auténticas y emocionantes para sus seguidores.

## 4.4. Diseño de la propuesta de valor

### 4.4.1. Concepto

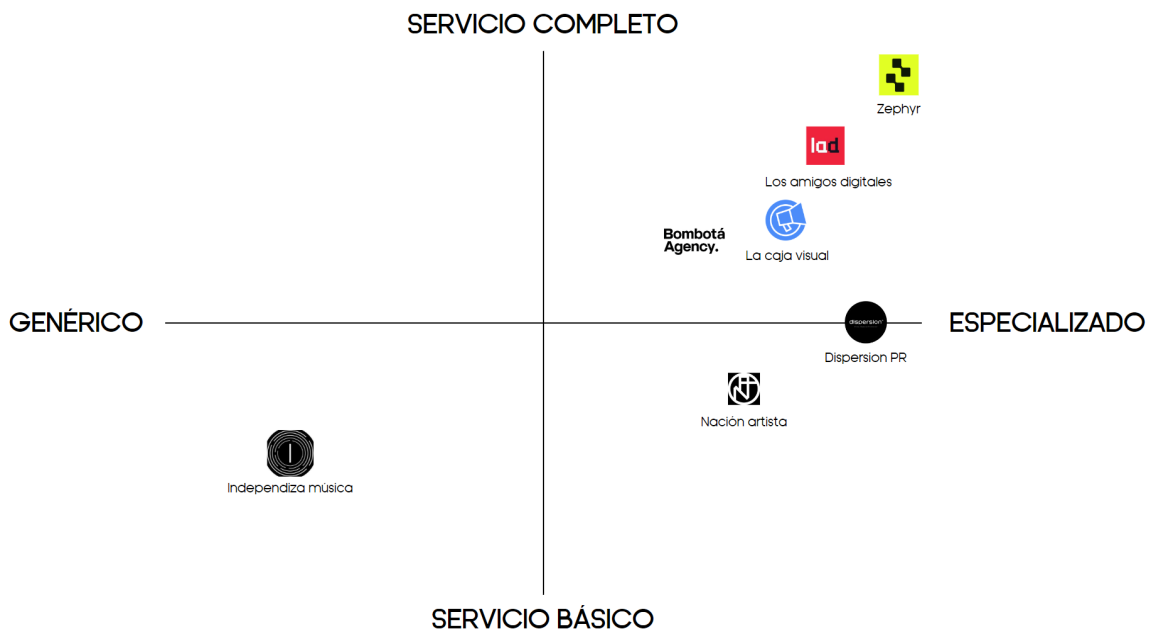
El concepto de nuestra agencia de marketing digital para artistas musicales se basa en ofrecer un enfoque personalizado y especializado para impulsar la carrera de artistas independientes. Nuestro objetivo es brindar servicios adaptados a las necesidades individuales de cada artista, creando estrategias y contenidos exclusivos que conecten con su audiencia. Nos distinguimos por nuestra experiencia en la industria musical y nuestro conocimiento profundo de las tendencias y tecnologías digitales. A través de alianzas estratégicas, eventos en vivo, uso de realidad virtual y realidad aumentada, y el desarrollo de una comunidad en línea, buscamos potenciar la presencia y el éxito de nuestros artistas en un mercado altamente competitivo. Nuestro concepto se basa en la pasión por la música y el compromiso de brindar soluciones innovadoras y efectivas para impulsar la carrera de artistas independientes en la era digital.



### 4.4.2. Posicionamiento

El mapa de posicionamiento es una herramienta estratégica que nos permite visualizar y comparar la posición de varias agencias de marketing digital en la industria musical. En este caso, se ha utilizado un mapa de posicionamiento con ejes Y y X para representar dos dimensiones importantes: el nivel de servicio (desde completo hasta básico) en el eje Y y el grado de especialización (desde genérico hasta especializado) en el eje X. Este enfoque nos ayudará a entender cómo nuestra agencia y nuestros competidores se posicionan en términos de servicios ofrecidos y especialización en el mercado.

A continuación, se mostrará una representación de todos los competidores que existen dentro del sector, y este mapa de posicionamiento se ha llevado a cabo con la finalidad de destacar en dos ventajas competitivas las cuales Zephyr ofrece de forma más completa y especializada.



Elaboración propia | Figura 5. Mapa de posicionamiento

Al analizar el mapa de posicionamiento de las agencias de marketing digital en la industria musical, podemos evaluar la posición de nuestra agencia en comparación con nuestros competidores. En primer lugar, nuestra agencia se encuentra en la parte superior derecha del mapa, lo que indica que ofrecemos un servicio completo

y especializado, superando a los competidores en términos de amplitud de servicios y enfoque específico en la música electrónica.

En comparación con los competidores mencionados, podemos observar lo siguiente:

- **Los amigos digitales:** Se encuentran en una posición cercana a la nuestra, demostrando que también ofrecen un servicio completo y especializado en la industria musical. Aunque nuestra agencia y Los amigos digitales tienen similitudes en términos de enfoque y amplitud de servicios, nuestra posición más favorable nos permite destacarnos y superarlos en términos de calidad y resultados. Nuestra agencia se esfuerza por mantenernos a la vanguardia y ofrecer soluciones innovadoras para nuestros clientes.
- **La caja visual:** Esta agencia se sitúa en una posición más baja en el eje Y, lo que indica que su nivel de servicio tiende hacia lo básico en comparación con nuestra agencia. Aunque su enfoque está más especializado en la música electrónica, nuestra posición más favorable nos permite ofrecer un servicio más completo y adaptado a las necesidades de los artistas. Esto nos brinda una ventaja competitiva al proporcionar a nuestros clientes un paquete integral de servicios de marketing digital.
- **Bombotá Agency:** Esta agencia se ubica en una posición más baja en ambos ejes, indicando que su servicio tiende hacia lo básico y genérico. Nuestra agencia, en comparación, se destaca por ofrecer una mayor especialización y un enfoque completo, lo que nos brinda una ventaja competitiva. Nuestro profundo conocimiento y experiencia en la industria musical nos permiten brindar soluciones estratégicas y efectivas para promover la carrera de nuestros clientes.
- **Dispersion PR:** Se encuentra en una posición más baja en el eje Y, lo que indica que su servicio se inclina hacia lo básico en comparación con nuestra agencia. Aunque su especialización es superior a la de Bombotá Agency, nuestra posición nos permite ofrecer un servicio más amplio y adaptado a las

necesidades de los artistas musicales. Nuestra agencia se destaca por la combinación de experiencia en marketing digital y conocimiento profundo de la industria musical, lo que nos permite ofrecer soluciones integrales y efectivas.

- **Nación artista e Independiza Música:** Ambas agencias se encuentran en posiciones desfavorables en el mapa, con un enfoque más genérico y menos especialización en la industria musical. Nuestra agencia se destaca claramente por ofrecer un servicio completo y especializado, lo que nos posiciona en una posición ventajosa en comparación con estas agencias. Nuestra capacidad para adaptarnos a las necesidades específicas de los artistas y brindar soluciones personalizadas nos diferencia en el mercado y nos permite generar un impacto significativo en la promoción y el éxito de sus carreras musicales.

En conclusión, el mapa de posicionamiento revela que nuestra agencia se encuentra en una posición estratégica favorable, ofreciendo un servicio completo y especializado en la industria musical, especialmente en el ámbito de la música electrónica. Esto nos coloca en una posición competitiva sólida y nos brinda oportunidades para destacarnos frente a nuestros competidores. Nuestra capacidad para adaptarnos a las necesidades de los artistas y ofrecer soluciones personalizadas es un factor clave para mantener nuestra posición y seguir siendo una opción preferida en el mercado.

#### 4.4.3. Misión

Nuestra misión es potenciar la carrera de artistas musicales independientes a través de estrategias de marketing digital personalizadas y efectivas. Buscamos ser su aliado estratégico en el mundo digital, brindando servicios de alta calidad, orientación experta y soluciones innovadoras que les permitan alcanzar el éxito en un mercado competitivo.

#### 4.4.4. Visión

Nuestra visión es convertirnos en la agencia de referencia para artistas musicales independientes, reconocida por nuestro enfoque personalizado, creatividad y resultados tangibles. Aspiramos a ser un motor de cambio en la industria, impulsando el crecimiento y la proyección de talentos emergentes a nivel global.

#### 4.4.5. Valores

- **Pasión por la música:** Nos apasiona la música y creemos en su poder transformador. Nos comprometemos a trabajar con dedicación y entusiasmo para apoyar a nuestros artistas en la materialización de sus sueños.
- **Innovación:** Abrazamos la innovación y estamos atentos a las últimas tendencias y tecnologías en el ámbito del marketing digital y la música. Buscamos constantemente nuevas formas de conectar a nuestros artistas con su audiencia y destacar en un entorno en constante evolución.
- **Colaboración:** Valoramos la colaboración y el trabajo en equipo. Creemos en el poder de las alianzas estratégicas y nos comprometemos a establecer relaciones sólidas con nuestros artistas, socios y colaboradores, fomentando la confianza y la sinergia para alcanzar objetivos comunes.
- **Integridad:** Actuamos con honestidad, transparencia y ética en todas nuestras interacciones. Nos comprometemos a brindar un servicio confiable y de calidad, manteniendo la confidencialidad y el respeto hacia nuestros artistas y socios.
- **Excelencia:** Nos esforzamos por la excelencia en todo lo que hacemos. Buscamos superar las expectativas y entregar resultados sobresalientes a través de estrategias efectivas, creatividad y un enfoque centrado en el éxito de nuestros artistas.

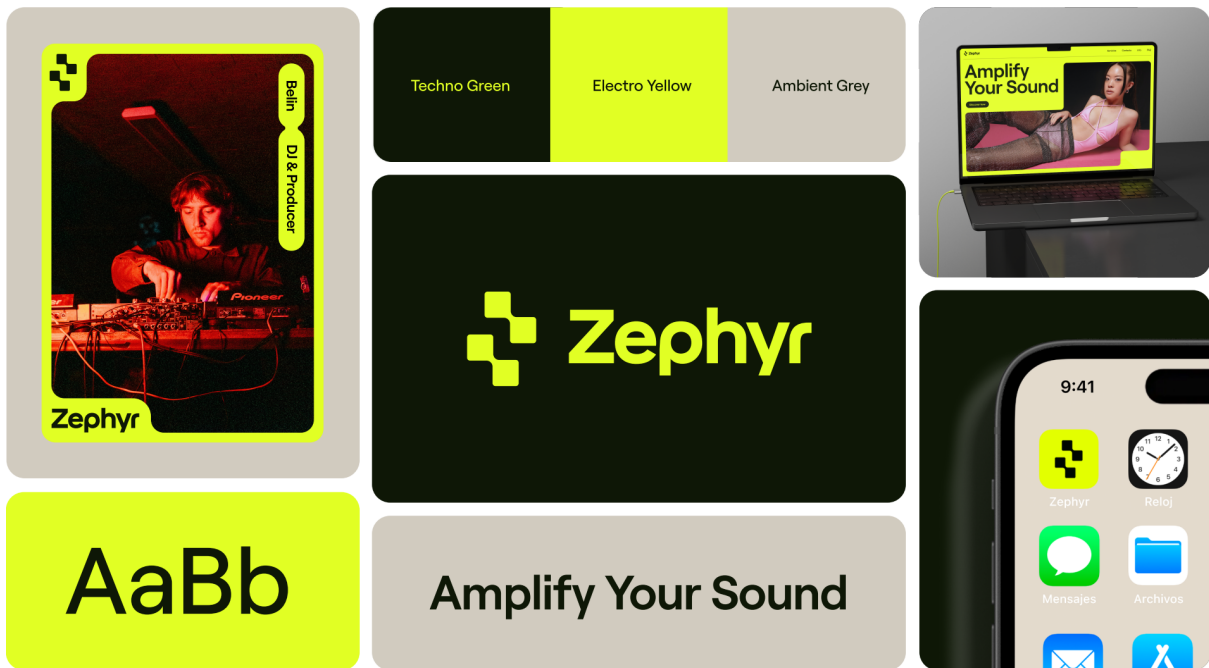
#### 4.4.6. Storytelling

En Zephyr, nuestra agencia de marketing digital especializada en apoyar a artistas musicales independientes, creemos en el poder del storytelling como una herramienta fundamental para construir conexiones emocionales duraderas entre los artistas y su audiencia. Con cada campaña y estrategia que desarrollamos, buscamos capturar la esencia única de cada artista y contar su historia de una manera auténtica y convincente.

El nombre de nuestra agencia, Zephyr, proviene del griego y significa "viento del oeste". Esta elección no es casual, ya que el viento del oeste se asocia con el cambio, la libertad y la exploración, conceptos que reflejan nuestra misión de ayudar a los artistas independientes a navegar por el vasto océano de la industria musical y encontrar su propio camino hacia el éxito.

Nuestros colores de marca también tienen un significado profundo. El tono *Ambient Grey* evoca la calidez y la cercanía, transmitiendo la idea de que en Zephyr, nos preocupamos por cada artista individualmente y nos esforzamos por establecer relaciones sólidas y significativas con ellos. Es importante para nosotros comprender a fondo quiénes son los artistas y qué los impulsa, para poder transmitir esa esencia a través de nuestras estrategias de marketing. Por otro lado, el vibrante color *Electro Yellow* representa la vitalidad y la energía que rodea la música y la creatividad. Queremos infundir esa energía en todas nuestras acciones, ayudando a los artistas a destacar y atraer la atención de su audiencia de una manera impactante y memorable. Finalmente, el tono *Trance Green* simboliza la profundidad y la autenticidad. Nos esforzamos por encontrar la esencia única de cada artista y comunicarla de manera honesta y genuina. Creemos que la autenticidad es fundamental para construir relaciones sólidas y duraderas con los seguidores y admiradores de la música.

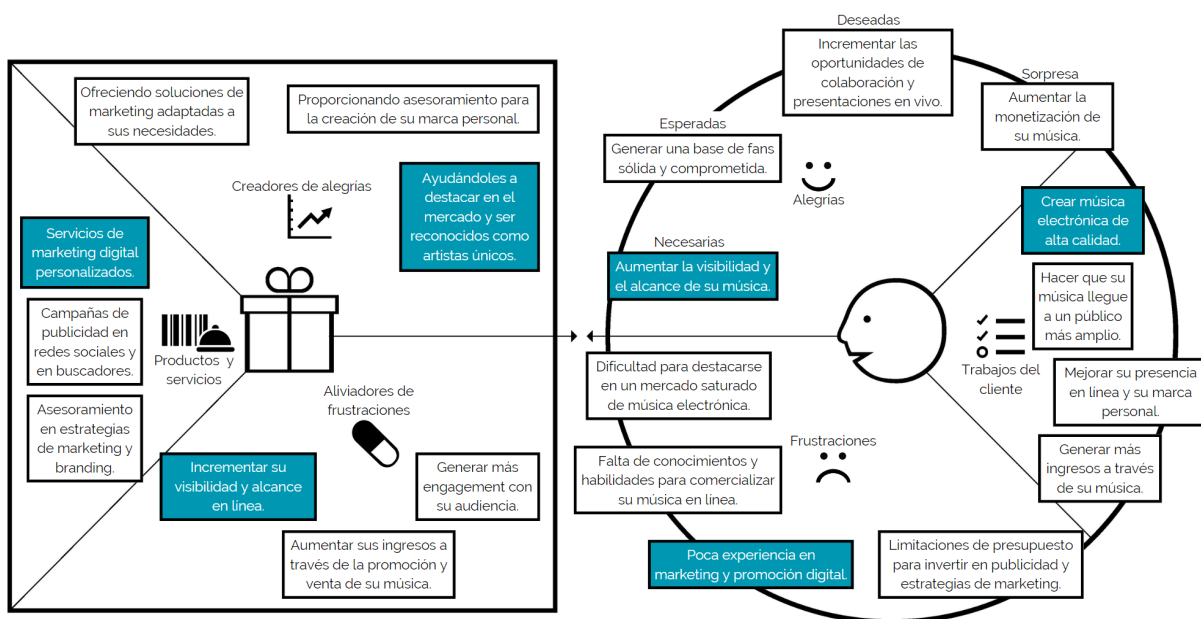
### 4.4.7. Moodboard



Elaboración propia | Figura 6. Moodboard

#### 4.4.8. Modelo de propuesta de valor

La propuesta de valor presentada ha sido construida a través del análisis de la competencia y la identificación de una ventaja competitiva clara y distintiva. Esta propuesta se enfoca en brindar soluciones integrales y personalizadas a las necesidades de nuestros clientes en el ámbito del marketing digital. Se busca generar una experiencia satisfactoria para el cliente a través de una atención personalizada y una estrategia de comunicación efectiva. La propuesta de valor destaca por su enfoque en la eficiencia, la calidad y la innovación constante para garantizar el éxito de las campañas digitales de nuestros clientes.



Elaboración propia | Figura 7. Canvas de propuesta de valor

## 5. Diagnóstico

### 5.1. Análisis DAFO

El análisis DAFO es una herramienta fundamental para evaluar la situación actual de una empresa y determinar su posición en el mercado. En este caso, hemos realizado un análisis DAFO para nuestra agencia de marketing digital especializada en artistas musicales independientes. Este análisis nos permitió identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta nuestra empresa en el mercado actual. Con base en los resultados de este análisis, podemos tomar decisiones estratégicas y desarrollar planes de acción para aprovechar las oportunidades y minimizar los riesgos. En resumen, el análisis DAFO es una herramienta clave para ayudarnos a evaluar nuestra posición en el mercado y tomar decisiones informadas que impulsen el crecimiento y el éxito de nuestra agencia.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad de diferenciación para destacar en un mercado competitivo.</li> <li>• Presupuestos limitados de algunos artistas independientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia en la industria y dificultad para diferenciarse.</li> <li>• Volatilidad y cambios en la industria de la música y el marketing digital.</li> <li>• Impacto negativo de cambios en algoritmos y la incertidumbre económica.</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfoque especializado y servicios personalizados para artistas independientes.</li> <li>• Equipo experimentado en marketing digital y adaptabilidad al cambio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auge de plataformas de streaming y demanda creciente de marketing digital.</li> <li>• Crecimiento de la industria musical independiente y oportunidades en línea.</li> <li>• Aumento del consumo de música en línea y alcance global a través de servicios en línea.</li> </ul>

Elaboración propia | Tabla 3. DAFO



### 5.1.1. Debilidades

- Aunque nos enfocamos en artistas musicales independientes, todavía existe una gran cantidad de competidores en este espacio, lo que significa que es necesario diferenciarnos para destacarnos en el mercado.
- Algunos artistas musicales independientes pueden tener presupuestos limitados para gastar en marketing, lo que puede dificultar la venta de nuestros servicios.

### 5.1.2. Amenazas

- La competencia en la industria de la música y el marketing digital puede dificultar el logro de la diferenciación y el crecimiento.
- La industria de la música es muy volátil y puede estar sujeta a cambios significativos en las tendencias y en los patrones de consumo de los consumidores.
- Los cambios en los algoritmos de las redes sociales y otros canales digitales pueden afectar negativamente la efectividad de nuestras estrategias de marketing.
- La pandemia en curso ha creado una incertidumbre económica, lo que puede afectar el gasto en marketing de los artistas independientes.

### 5.1.3. Fortalezas

- Enfoque especializado en artistas musicales independientes, lo que nos permite ofrecer servicios personalizados y específicos para su industria.
- Equipo experimentado y altamente capacitado en marketing digital, incluyendo la promoción en redes sociales, publicidad digital y estrategias de correo electrónico.
- Flexibilidad y capacidad de adaptación a los cambios en la industria de la música, lo que nos permite ofrecer soluciones innovadoras y relevantes a nuestros clientes.

#### 5.1.4. Oportunidades

- El auge de las plataformas digitales de streaming de música ha llevado a una mayor demanda de servicios de marketing digital para artistas musicales independientes.
- La industria musical independiente está creciendo rápidamente y hay un gran número de artistas que buscan promover su música en línea.
- La pandemia ha llevado a un aumento en el consumo de música en línea, lo que ha creado nuevas oportunidades para promocionar la música de artistas independientes.
- La capacidad de ofrecer servicios en línea permite la posibilidad de trabajar con artistas en cualquier parte del mundo.

#### 5.1.5. Conclusiones del análisis DAFO

En conclusión, aunque la competencia en el mercado de marketing digital para artistas musicales independientes es alta, nuestra agencia tiene fortalezas únicas que nos permiten diferenciarnos y ofrecer soluciones personalizadas. Contamos con un equipo altamente capacitado y experimentado en marketing digital, lo que nos permite ofrecer servicios innovadores y relevantes para nuestros clientes. Además, nuestra flexibilidad y capacidad de adaptación nos permiten estar al tanto de los cambios en la industria y ajustar nuestras estrategias en consecuencia. Aunque existen amenazas como los cambios en los algoritmos de las redes sociales y la volatilidad de la industria de la música, también existen oportunidades como el crecimiento de la industria musical independiente y la creciente demanda de servicios de marketing digital. En general, creemos que nuestra agencia tiene una posición fuerte en el mercado y está bien posicionada para continuar creciendo y expandiéndose en el futuro.

## 6. Definición de objetivos y estrategias

### 6.1. Objetivos de marketing y ventas

- **Conseguir 10 clientes** en los primeros 3 meses de operación.
- **Aumentar la cartera de clientes** en un 50% en los primeros 6 meses de operación.
- **Aumentar el reconocimiento de marca:** En los primeros seis meses, nuestro objetivo es aumentar el reconocimiento de nuestra marca en un 30% a través de esfuerzos de marketing digital y relaciones públicas.
- **Generar clientes potenciales:** Nuestro objetivo es generar 50 clientes potenciales en los primeros seis meses de operación, mediante la implementación de estrategias de SEO, publicidad digital y marketing en redes sociales.
- **Incrementar las ventas:** El objetivo principal es aumentar el número de clientes y generar ventas recurrentes.
- **Establecer alianzas estratégicas:** En el primer año, nuestra meta es establecer alianzas con al menos tres empresas relacionadas con la industria musical, para mejorar nuestra visibilidad y aumentar nuestra base de clientes.

### 6.2. Objetivos de comunicación

- **Aumentar el reconocimiento de nuestra marca:** nuestro objetivo es lograr un reconocimiento del 30% entre los artistas musicales independientes dentro de nuestro mercado objetivo en el primer año de operaciones.
- **Incrementar el tráfico a nuestro sitio web:** nuestro objetivo es atraer a 500 visitantes únicos al mes a nuestro sitio web en el primer trimestre y aumentar

ese número a 1,500 visitantes únicos al mes para el final del primer año.

- **Establecer una reputación como expertos en marketing digital para artistas musicales independientes:** nuestro objetivo es obtener al menos 5 menciones positivas en la prensa especializada y en blogs de música en el primer año de operaciones.
- **Fomentar la recomendación de nuestros servicios:** nuestro objetivo es lograr una tasa de satisfacción del cliente del 90% y obtener al menos 3 referencias de clientes satisfechos en el primer año.

## 6.3. Determinación de las estrategias de Marketing

### 6.3.1. Diferenciación

- Ofrecer un **enfoque personalizado** en nuestros servicios de marketing y ventas para artistas musicales independientes.
- Desarrollar **paquetes de servicios personalizados** y adaptados a las necesidades de cada cliente.
- Crear **contenido exclusivo y personalizado** para cada artista y su audiencia.
- **Servicio al cliente excepcional:** Ofrecer un servicio al cliente excepcional puede ser una excelente forma de diferenciarse de la competencia. La agencia puede centrarse en ofrecer un servicio personalizado y de alta calidad, con tiempos de respuesta rápidos y una atención cercana y amable.
- **Enfoque en un género musical específico:** En lugar de tratar de ofrecer servicios para todos los géneros musicales, la agencia puede enfocarse en uno o dos géneros específicos, siendo uno de ellos el género de la música electrónica. Esto permitiría a la empresa convertirse en experta en ese

género y ofrecer servicios más especializados y enfocados.

- **Organizar eventos en vivo:** Podemos crear una serie de eventos en vivo para nuestros artistas, tanto en línea como en persona. Estos eventos no solo servirán como oportunidades para promocionar a nuestros artistas, sino también como una forma de conectarlos con su audiencia y aumentar su base de fans.
- **Utilizar la realidad virtual y la realidad aumentada:** La música electrónica es un género que se presta muy bien para las experiencias inmersivas. Podemos utilizar la realidad virtual y la realidad aumentada para crear experiencias únicas para nuestros artistas y sus seguidores. Por ejemplo, podemos crear un videojuego de realidad virtual en el que los fans puedan interactuar con la música y el mundo visual del artista.
- Mantener un **alto nivel de calidad** en nuestros servicios y trabajar constantemente en mejorarlos.
- **Mantenernos actualizados** en las últimas tendencias y tecnologías de marketing digital y ofrecerlas a nuestros clientes.

### 6.3.2. Crecimiento

- **Ampliación de la cartera de servicios:** Nos enfocaremos en ampliar nuestra oferta de servicios para cubrir diferentes áreas del marketing digital, como publicidad en línea, gestión de redes sociales, marketing de contenidos, análisis de datos y más. Esto nos permitirá atraer a un público más amplio y satisfacer las necesidades diversas de nuestros clientes.
- **Expansión geográfica:** Buscaremos expandir nuestra presencia geográfica y trabajar con artistas independientes no solo a nivel local, sino también a nivel regional, nacional e incluso internacional. Esto implica establecer alianzas estratégicas con artistas y profesionales de la industria en diferentes ubicaciones, así como adaptar nuestras estrategias y enfoques para cada mercado específico.
- **Enfoque en la fidelización de clientes:** Pondremos un fuerte énfasis en la fidelización de nuestros clientes existentes. Implementaremos programas de lealtad, ofreceremos incentivos especiales y mantendremos una comunicación cercana y continua con nuestros artistas para garantizar su satisfacción y fidelidad a largo plazo.
- **Desarrollo de una comunidad en línea:** Nos enfocaremos en construir y cultivar una comunidad en línea sólida alrededor de nuestros artistas. Esto puede incluir la creación de espacios de discusión y colaboración para los fans, la organización de competencias y desafíos relacionados con la música electrónica, o la creación de contenido interactivo y exclusivo para los miembros de la comunidad. Al fomentar la participación activa de los seguidores y brindarles contenido valioso, podremos generar un mayor compromiso y lealtad hacia los artistas que representamos.
- **Colaboración con marcas y patrocinadores:** Buscaremos asociarnos con marcas y patrocinadores relevantes en la industria de la música electrónica para desarrollar campañas conjuntas y promociones. Estas colaboraciones pueden incluir la creación de contenido patrocinado, la organización de

eventos promocionales en conjunto o la inclusión de productos y marcas en las estrategias de marketing de nuestros artistas. Estas asociaciones estratégicas nos permitirán acceder a recursos adicionales, ampliar nuestra visibilidad y aumentar nuestras oportunidades de crecimiento.

- **Exploración de nuevas plataformas y tecnologías emergentes:** Estaremos atentos a las nuevas plataformas y tecnologías emergentes en la industria de la música y el marketing digital. Esto puede incluir la exploración de aplicaciones de transmisión en vivo, el uso de inteligencia artificial para la personalización de contenidos, la incorporación de blockchain en la distribución de música o la participación en proyectos relacionados con NFT (tokens no fungibles). Al adoptar estas nuevas tendencias y tecnologías de manera creativa, podremos abrir nuevas oportunidades de crecimiento y mantenernos a la vanguardia en la industria.

### 6.3.3. Liderazgo en costes

- **Eficiencia operativa:** Implementaremos medidas para optimizar nuestros procesos internos y reducir los costes operativos. Esto puede incluir la automatización de tareas repetitivas, la mejora de la eficiencia en la gestión de proyectos, la optimización de los recursos y la reducción de los gastos generales.
- **Uso de tecnología eficiente:** Adoptaremos tecnologías y herramientas eficientes que nos ayuden a realizar nuestras tareas de manera más rápida y económica. Esto incluye el uso de software de gestión, análisis de datos y automatización de marketing, entre otros, que nos permitirán reducir los costes de mano de obra y maximizar la productividad.
- **Control de gastos y presupuesto:** Implementaremos un estricto control de gastos y estableceremos un presupuesto claro para nuestras actividades de marketing y ventas. Esto nos ayudará a identificar áreas de oportunidad para reducir costes innecesarios y optimizar nuestra inversión en recursos y

herramientas.

- **Externalización de servicios no críticos:** Evaluaremos la externalización de servicios no críticos para nuestra agencia. Identificaremos las áreas en las que podemos contratar proveedores externos de confianza, en lugar de mantener personal interno dedicado a esas funciones. Esto puede ayudarnos a reducir los costes laborales y enfocarnos en nuestras actividades principales.
- **Monitorización y control continuo de costes:** Estableceremos un sistema de monitorización y control continuo de costes para identificar oportunidades de ahorro y minimizar los gastos innecesarios. Analizaremos regularmente nuestros presupuestos y realizar ajustes cuando sea necesario para mantenernos en línea con nuestros objetivos de liderazgo en costes.

#### 6.3.4. Alianzas estratégicas

- **Cooperación con influencers y bloggers de música electrónica:** Nos asociaremos con influencers y bloggers especializados en música electrónica para promover a nuestros artistas. Estas colaboraciones nos permitirán llegar a audiencias específicas y generar contenido de valor para nuestros seguidores.
- **Participación en eventos y ferias de la industria musical:** Nos involucraremos activamente en eventos y ferias de la industria musical, como conferencias, festivales y exposiciones. Estas participaciones nos permitirán establecer contactos clave, mostrar nuestro expertise y promocionar nuestros servicios a un público relevante.
- **Asociación con agencias de booking y management:** Nos asociaremos con agencias de booking y management para ampliar las oportunidades de actuaciones y presentaciones en vivo para nuestros artistas. Estas alianzas nos permitirán acceder a una red más amplia de eventos y festivales, así como aprovechar su experiencia en la negociación de contratos y la gestión

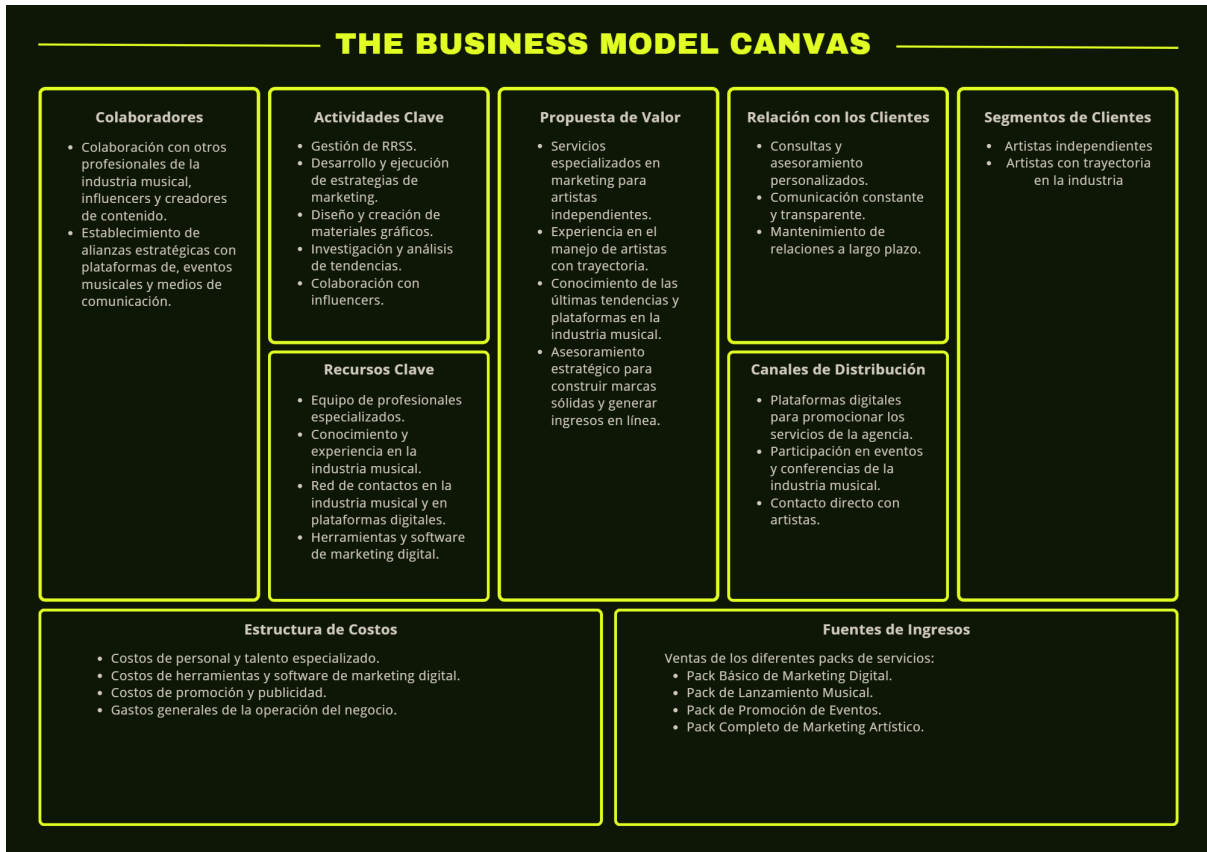


de giras.

- **Cooperación con medios especializados:** Nos asociaremos con medios especializados en música electrónica, como revistas, blogs y podcasts. Estas colaboraciones nos permitirán promocionar a nuestros artistas a través de entrevistas, reseñas y contenido exclusivo, así como aumentar nuestra visibilidad en el sector.

## 7. Marketing mix

### 7.1. BUSINESS MODEL CANVAS



Elaboración propia | Figura 8. Business Model Canvas

#### 7.1.1. Segmentos de Clientes:

- **Artistas independientes:** Artistas que no tienen un contrato con una discográfica y necesitan ayuda para construir su marca, promocionar su música y generar ingresos a través de plataformas de streaming y ventas de merchandising en línea.
- **Artistas con trayectoria en la industria:** Artistas que ya tienen una carrera establecida en la industria de la música y necesitan mantener su presencia en línea y expandir su audiencia global.

### 7.1.2. Propuesta de Valor:

- Servicios especializados en marketing para artistas independientes, brindando estrategias y herramientas adaptadas a su situación.
- Experiencia en el manejo de artistas con trayectoria, ofreciendo soluciones para mantener su relevancia y crecimiento en el mundo digital.
- Conocimiento de las últimas tendencias y plataformas en la industria musical.
- Asesoramiento estratégico para construir marcas sólidas y generar ingresos en línea.

### 7.1.3. Canales de Distribución:

- Plataformas digitales (sitio web, redes sociales, correo electrónico) para promocionar los servicios de la agencia.
- Participación en eventos y conferencias de la industria musical.
- Contacto directo con artistas a través de eventos musicales, conferencias o recomendaciones de otros clientes satisfechos.

### 7.1.4. Relación con los Clientes:

- Consultas y asesoramiento personalizados para comprender las necesidades y metas de los artistas.
- Comunicación constante y transparente durante la ejecución de los servicios.
- Mantenimiento de relaciones a largo plazo para apoyar el crecimiento y éxito continuo de los artistas.

### 7.1.5. Fuentes de Ingresos:

Ventas de los diferentes packs de servicios:

- Pack Básico de Marketing Digital.
- Pack de Lanzamiento Musical.
- Pack de Promoción de Eventos.
- Pack Completo de Marketing Artístico.

Cada pack tiene un precio determinado en función de los servicios incluidos, la complejidad de las tareas y el valor que aporta al artista. Los ingresos provienen de

la venta recurrente de estos packs a los artistas musicales que buscan impulsar su carrera y presencia en el mundo digital.

#### 7.1.6. Recursos Clave:

- Equipo de profesionales especializados en marketing digital y musical.
- Conocimiento y experiencia en la industria musical.
- Red de contactos en la industria musical y en plataformas digitales.
- Herramientas y software de marketing digital.

#### 7.1.7. Actividades Clave:

- Gestión de redes sociales y elaboración de contenido creativo.
- Desarrollo y ejecución de estrategias de marketing personalizadas para artistas musicales.
- Diseño y creación de materiales gráficos.
- Investigación y análisis de tendencias de la industria musical.
- Colaboración con influencers y gestión de relaciones con la prensa.
- Análisis de datos y seguimiento de resultados.

#### 7.1.8. Colaboradores:

- Colaboración con otros profesionales de la industria musical, influencers y creadores de contenido.
- Establecimiento de alianzas estratégicas con plataformas de, eventos musicales y medios de comunicación.

#### 7.1.9. Estructura de Costos:

- Costos de personal y talento especializado.
- Costos de herramientas y software de marketing digital.
- Costos de promoción y publicidad.
- Gastos generales de la operación del negocio.

## 7.2. PRODUCTO/SERVICIO:

Este apartado tiene como objetivo principal abordar la creación de packs de servicios en el ámbito del marketing para artistas musicales, específicamente enfocados en el género de la música electrónica. Esta decisión se basa en la necesidad de adaptarnos a las demandas y requerimientos específicos de los artistas emergentes o independientes, quienes a menudo se enfrentan a limitaciones presupuestarias y necesitan soluciones integrales que impulsen su carrera musical.

En el contexto actual de la industria musical, el marketing desempeña un papel fundamental en la promoción y difusión de los artistas, así como en la construcción de una marca sólida que conecte con su audiencia objetivo. Sin embargo, muchos artistas se encuentran desbordados ante la cantidad de servicios y estrategias de marketing disponibles, además de las restricciones financieras a las que se enfrentan.

Por tanto, hemos optado por desarrollar packs de servicios que agrupen diversas soluciones de marketing, brindando a los artistas la posibilidad de acceder a una gama completa de herramientas y estrategias a un precio más accesible y con la comodidad de contar con un presupuesto preestablecido. Estos packs están diseñados para satisfacer las necesidades más comunes de los artistas musicales, proporcionando una combinación equilibrada de servicios que abarcan desde la gestión de redes sociales, promoción de eventos, creación de contenido visual, hasta consultoría estratégica y mucho más.

La estructuración de packs de servicios nos permite no solo optimizar la eficiencia en la prestación de los mismos, sino también adaptarnos a las posibilidades económicas de los artistas, brindándoles opciones asequibles y flexibles que se ajusten a sus necesidades específicas. Al ofrecer estos packs, aspiramos a facilitar el proceso de contratación de servicios de marketing, simplificar la planificación y presupuestación, y contribuir al crecimiento y éxito de los artistas musicales en el competitivo mundo de la música electrónica.

En el transcurso de este trabajo, se presentarán los diferentes packs de servicios diseñados, así como su estructuración y precios justificados en base a la complejidad, tiempo y recursos requeridos. También se analizarán los beneficios y limitaciones de esta propuesta, así como su impacto potencial en la promoción y desarrollo de la carrera musical de los artistas. A través de este estudio, esperamos aportar una contribución relevante al campo del marketing musical, especialmente en el ámbito de la música electrónica, y ofrecer una solución eficaz y adaptada a las necesidades de los artistas emergentes o independientes.

Los packs con los que Zephyr contará se han dividido en 4, y son los siguientes:

- Pack Básico de Marketing Digital:
  - Gestión de redes sociales (calendario de contenido, estudio de público, tendencias, elaboración de copys, etc.).
  - Elaboración de newsletters.
  - Creación de plantillas de diseño gráfico para redes sociales y eventos.
  - Consultoría de monetización de contenidos.
  
- Pack de Lanzamiento Musical:
  - Campañas de nuevos lanzamientos musicales (antes, durante y después del lanzamiento).
  - Creación de videos promocionales.
  - Gestión de perfiles en plataformas de streaming (creación y gestión de playlists, búsqueda de otras playlists para promocionar la música del artista).
  - Desarrollo de estrategias de branding.
  
- Pack de Promoción de Eventos:
  - Promoción de eventos y espectáculos.
  - Creación de eventos especiales.
  - Diseño gráfico para eventos (flyers, banners, etc.).
  - Creación y gestión de una comunidad de fans.

- Pack Completo de Marketing Artístico:
  - Todos los servicios mencionados en los packs anteriores.
  - Networking con otros artistas.
  - Creación y gestión de un blog.
  - Creación y gestión de Smartlinks (como Linktree).
  - Análisis y seguimiento de resultados (analítica de redes sociales, estadísticas de reproducción, etc.).
  - Colaboración con influencers y creadores de contenido.
  - Gestión de relaciones con la prensa.

## 7.3. PRECIO

Cada pack cuenta con servicios distintos categorizados en necesidades específicas que el cliente puede llegar a tener, ya que no todos necesitan todas las ventajas que ofrecemos y solo puede necesitar soporte en aspectos específicos. En cada uno de los packs que se ofrecen, la agencia se lleva un 40% del precio establecido.

### 7.3.1. Pack Básico de Marketing Digital:

**Precio: 1800€ - 2000€ euros al mes.**

Este pack incluye servicios fundamentales como la gestión de redes sociales, la elaboración de newsletters, la creación de plantillas de diseño gráfico y la consultoría de monetización de contenidos. El rango de precios se basa en el tiempo y los recursos requeridos para llevar a cabo estas tareas de manera efectiva. Puedes considerar factores como la cantidad de redes sociales a gestionar, la frecuencia de las newsletters y la complejidad del diseño gráfico para determinar un precio justo dentro de este rango.

#### 7.3.1.1. Gestión de redes sociales:

Precio: 300 - 420 euros al mes.

La gestión de redes sociales implica la planificación y creación de contenido, el estudio de público objetivo, el seguimiento de tendencias, la elaboración de copys y

la interacción con la audiencia. El precio se basa en el tiempo dedicado a estas tareas, la cantidad de redes sociales gestionadas y la experiencia del profesional. Dentro de este rango de precios, puedes ajustar la tarifa dependiendo del número de publicaciones y la complejidad del contenido a crear.

#### 7.3.1.2. Elaboración de newsletters:

Precio: 180 euros por cada newsletter.

La elaboración de newsletters implica la creación de contenido relevante y atractivo, el diseño gráfico y la gestión de la lista de suscriptores. El precio se justifica en función del tiempo y los recursos invertidos en la redacción del contenido, el diseño visual y la distribución de la newsletter. Puedes ajustar el precio en función de la longitud y complejidad del contenido, así como de la frecuencia de envío de las newsletters.

#### 7.3.1.3. Creación de plantillas de diseño gráfico para redes sociales y eventos:

Precio: 120 euros por cada plantilla.

La creación de plantillas de diseño gráfico implica el diseño visual y la adaptación de la identidad de marca del artista a las redes sociales y eventos. El precio se justifica en base al tiempo y la experiencia necesarios para crear plantillas visualmente atractivas y coherentes con la imagen del artista. Puedes ajustar el precio según la complejidad y el número de plantillas solicitadas por el cliente.

#### 7.3.1.4. Consultoría de monetización de contenidos:

Precio: 480 euros por sesión de consultoría.

La consultoría de monetización de contenidos implica brindar orientación y estrategias para generar ingresos a través del contenido del artista, como la promoción de productos, el patrocinio y la venta de música. El precio se justifica en base al tiempo y la experiencia requeridos para analizar la situación actual del artista, identificar oportunidades de monetización y proporcionar recomendaciones



estratégicas. Puedes ajustar el precio según la duración de cada sesión de consultoría.

### 7.3.2. Pack de Lanzamiento Musical:

**Precio: 2500€ - 3000€ euros por lanzamiento musical.**

Este pack se enfoca en los servicios específicos relacionados con el lanzamiento de nueva música, como las campañas de promoción, la creación de videos promocionales, la gestión de perfiles en plataformas de streaming y el desarrollo de estrategias de branding. El rango de precios se basa en la amplitud y el alcance del lanzamiento, así como en el tiempo y los recursos requeridos para implementar estas estrategias de manera efectiva. Si el lanzamiento musical es más complejo o requiere un mayor esfuerzo de promoción, puedes considerar un precio más cercano al extremo superior del rango.

El Pack de Lanzamiento Musical está diseñado para brindar servicios específicos relacionados con el lanzamiento de nueva música. El precio varía en función de la amplitud y el alcance del lanzamiento, así como del tiempo y los recursos necesarios para implementar las estrategias de manera efectiva. A continuación, se detalla el precio de cada servicio dentro de este pack:

#### 7.3.2.1. Campañas de promoción:

Precio: 900 - 1080 euros.

La campaña de promoción implica la planificación y ejecución de estrategias de marketing para generar expectativa y difusión en torno al lanzamiento musical. El precio se justifica en función del tiempo y los recursos necesarios para crear y ejecutar una campaña eficaz, incluyendo la promoción en redes sociales, publicidad pagada y colaboraciones con otros artistas o influencers.

#### 7.3.2.2. Creación de videos promocionales:

Precio: 300 - 360 euros por video.

La creación de videos promocionales implica la producción de contenido visual atractivo y de alta calidad que destaque la música y el mensaje del artista. El precio se basa en el tiempo, el equipo técnico y los recursos necesarios para la filmación,

la edición y la postproducción del video promocional. El precio puede variar según la complejidad del video y la inclusión de elementos como efectos visuales o locaciones especiales.

#### 7.3.2.3. Gestión de perfiles en plataformas de streaming:

Precio: 180 - 240 euros.

La gestión de perfiles en plataformas de streaming como Spotify implica la creación de contenido, la apariencia y el mantenimiento de la presencia del artista en estas plataformas. El precio se justifica en base al tiempo y los recursos dedicados a la creación de contenido, la optimización del perfil y la promoción dentro de la plataforma. Además, puedes incluir servicios como la creación y gestión de playlists, la búsqueda de otras playlists para enviar la música del artista y el análisis de resultados.

#### 7.3.2.4. Desarrollo de estrategias de branding:

Precio: 120-120 euros.

El desarrollo de estrategias de branding implica la creación de una identidad fuerte y coherente para el artista, que se refleje en la música, las imágenes y el mensaje general. El precio se basa en el tiempo y la experiencia necesarios para investigar, definir y crear una estrategia de branding efectiva que resalte la singularidad del artista y atraiga a su audiencia objetivo.

#### 7.3.3. Pack de Promoción de Eventos:

**Precio: 3500€ - 4000€ euros por evento promocionado.**

Este pack se centra en la promoción y la creación de eventos especiales. Incluye servicios como la promoción de eventos y espectáculos, el diseño gráfico para eventos y la creación y gestión de una comunidad de fans. El rango de precios se basa en la complejidad y la magnitud del evento, así como en el tiempo y los recursos necesarios para llevar a cabo las tareas de promoción. Eventos más grandes o complejos pueden justificar un precio más cercano al extremo superior del rango.

El Pack de Promoción de Eventos está diseñado para brindar servicios específicos relacionados con la promoción de eventos musicales. El precio varía en función de la magnitud y complejidad del evento, así como del tiempo y los recursos necesarios para ejecutar una campaña de promoción efectiva. A continuación, se detalla el precio de cada servicio dentro de este pack:

#### 7.3.3.1. Estrategia de promoción del evento:

Precio: 1200 - 1380 euros.

La estrategia de promoción del evento implica la planificación y ejecución de tácticas de marketing para generar interés y asistencia al evento. El precio se justifica en función del tiempo dedicado a la investigación de la audiencia objetivo, la creación de mensajes de promoción, la selección de canales de difusión y el desarrollo de colaboraciones estratégicas. También se incluye el diseño de la estrategia de comunicación antes, durante y después del evento.

#### 7.3.3.2. Creación de materiales de promoción:

Precio: 300 - 300 euros.

La creación de materiales de promoción implica el diseño gráfico y la producción de contenido visual atractivo y coherente con la identidad del evento. El precio se basa en el tiempo y los recursos necesarios para crear carteles, banners, imágenes para redes sociales y otros materiales promocionales. Además, puedes ofrecer servicios de diseño de boletos, programas o merchandising relacionado con el evento.

#### 7.3.3.3. Promoción en redes sociales:

Precio: 180 - 300 euros.

La promoción en redes sociales implica la creación y gestión de contenido promocional en plataformas como Instagram, Facebook, Twitter, etc. El precio se justifica en base al tiempo dedicado a la planificación y creación de publicaciones, la interacción con la audiencia, el impulso de anuncios pagados y el seguimiento del

rendimiento de la promoción en redes sociales. También puedes incluir la gestión de eventos en Facebook y la configuración de anuncios segmentados.

#### 7.3.3.4. Colaboraciones y alianzas estratégicas:

Precio: 420 euros.

Las colaboraciones y alianzas estratégicas implican establecer relaciones con influencers, otros artistas o marcas que puedan ayudar a promocionar el evento. El precio se basa en el tiempo dedicado a la identificación y el acercamiento a posibles colaboradores, así como en la negociación de los términos de la colaboración. También puedes incluir servicios de coordinación y seguimiento de las colaboraciones durante el evento.

#### 7.3.4. Pack Completo de Marketing Artístico:

**Precio: 8500€ - 1000€ al mes.**

Este pack abarca todos los servicios mencionados en los packs anteriores, además de incluir servicios adicionales como el análisis y seguimiento de resultados, la colaboración con influencers y creadores de contenido, y la gestión de relaciones con la prensa. El rango de precios refleja la amplitud y la profundidad de los servicios ofrecidos, así como la dedicación de tiempo y recursos que implica la gestión integral del marketing artístico. Puedes ajustar el precio dentro de este rango en función de la complejidad de las tareas y la cantidad de tiempo requerido para brindar un servicio de calidad.

El Pack Completo de Marketing Artístico es una solución integral que incluye una amplia gama de servicios para promover la carrera musical de un artista de manera integral. El precio varía en función de la complejidad y alcance de los servicios ofrecidos, así como del tiempo y los recursos necesarios para brindar un apoyo completo y efectivo al artista. A continuación, se detalla el precio de cada servicio dentro de este pack:

#### 7.3.4.1. Todos los packs anteriores:

Precio: 3400 - 4000 euros.

Este servicio abarca todas las estrategias y acciones de marketing digital mencionadas anteriormente, como la gestión de redes sociales, la creación de contenido, la publicidad en línea, el análisis de datos y el seguimiento de resultados. Al ofrecer todos estos servicios en un paquete completo, garantizamos una cobertura integral de las necesidades de marketing de nuestros clientes, maximizando así su visibilidad, alcance y promoción en la industria musical.

#### 7.3.4.2. Networking con otros artistas:

Precio: 500 - 700 euros al mes.

El networking o la creación de una red de contactos es esencial en la industria musical. Con este servicio, facilitamos la conexión y colaboración entre nuestros clientes y otros artistas relevantes, productores, sellos discográficos, agencias de booking y profesionales clave en la industria. El precio de 500 a 700 euros al mes refleja el tiempo y los recursos dedicados a establecer y mantener estas conexiones estratégicas, lo que puede abrir puertas a oportunidades valiosas para el crecimiento y el éxito de la carrera musical de nuestros clientes.

#### 7.3.4.3. Creación y gestión de un blog:

Precio: 200 euros por evento promocionado.

Un blog personalizado es una poderosa herramienta de comunicación y promoción para los artistas musicales. Ofrecemos servicios profesionales de creación y gestión de blogs, que incluyen el diseño atractivo, la redacción de contenido relevante y de calidad, la optimización SEO y la actualización regular del blog con nuevas publicaciones. El precio de 200 euros por evento promocionado refleja el trabajo y la dedicación necesarios para crear contenido valioso y promocionarlo adecuadamente en el blog, lo que puede aumentar la visibilidad y el compromiso del público objetivo.

#### 7.3.4.4. Creación y gestión de Smartlinks (Linktree):

Precio: 50 euros al mes.

Los Smartlinks, o enlaces inteligentes, son una herramienta eficaz para organizar y dirigir a los seguidores y fans hacia diferentes plataformas y contenidos relevantes del artista, como perfiles de redes sociales, plataformas de música en streaming, tiendas en línea y más. Ofrecemos servicios profesionales de creación y gestión de Smartlinks, garantizando una experiencia de usuario fluida y optimizada. El precio de 50 euros al mes refleja el tiempo y la experiencia necesarios para mantener actualizados y optimizados los enlaces, asegurando una navegación sencilla y eficiente para los seguidores del artista.

#### 7.3.4.5. Colaboración con influencers y creadores de contenido:

Precio: a negociar según el alcance y la influencia del colaborador.  
Aproximadamente entre: 450 - 550

La colaboración con influencers y creadores de contenido implica establecer asociaciones estratégicas para promover la música del artista. El precio puede variar ampliamente según el alcance y la influencia del colaborador, y se debe acordar en función de factores como el tamaño de la audiencia y el alcance potencial de la colaboración.

#### 7.3.4.6. Gestión de relaciones con la prensa:

Precio: a negociar según el alcance y la complejidad de las actividades de relaciones públicas. Aproximadamente 500 euros.

La gestión de relaciones con la prensa implica establecer contactos, enviar comunicados de prensa, gestionar entrevistas y reseñas, y promover la visibilidad mediática del artista. El precio puede variar según el alcance y la complejidad de las actividades de relaciones públicas, y se debe acordar en función de las necesidades específicas del artista.

## 7.4. DISTRIBUCIÓN

Nuestro plan de distribución se centra en alcanzar y conectar con el público objetivo de DJs y productores de música electrónica emergentes e independientes. Para lograrlo, implementaremos diversas estrategias y servicios que abarcan desde la optimización en plataformas de streaming hasta la promoción en redes sociales y la gestión de eventos. A continuación, detallamos los principales puntos de nuestro plan:

- **Estrategias de posicionamiento en plataformas de streaming:** Nos enfocaremos en optimizar los perfiles de los artistas en plataformas de streaming como Spotify, SoundCloud y Apple Music. Esto incluirá la creación y promoción de playlists personalizadas que destaquen las canciones de los artistas, así como la optimización de metadatos y etiquetas para mejorar la visibilidad en los resultados de búsqueda. Esta estrategia ayudará a los artistas a aumentar su presencia en estas plataformas clave y a llegar a un público más amplio.
- **Promoción en redes sociales:** Desarrollaremos una estrategia de gestión de redes sociales para los artistas, enfocada en las plataformas más relevantes para su público objetivo, como Instagram, Facebook y Twitter. Crearemos un calendario de contenido estratégico que incluya publicaciones regulares, contenido interactivo, historias, transmisiones en vivo y colaboraciones con otros artistas y marcas. Esta estrategia permitirá a los artistas mantener una presencia constante en las redes sociales y aumentar la interacción y participación de los fans.
- **Diseño gráfico y contenido visual:** Proporcionaremos servicios de diseño gráfico para crear una identidad visual sólida y coherente con la marca de cada artista. Esto incluirá la creación de logotipos, portadas de álbumes, imágenes promocionales y contenido visual para redes sociales y eventos. Un diseño atractivo y profesional ayudará a los artistas a destacar y captar la atención de su audiencia, transmitiendo una imagen de calidad y profesionalismo.

- **Organización de eventos y promoción:** Nos encargaremos de la planificación y promoción de eventos especiales relacionados con la música electrónica, como conciertos, fiestas y festivales. Trabajaremos en estrecha colaboración con promotores, lugares de eventos y otros profesionales de la industria para garantizar la planificación y ejecución exitosa de los eventos. Esto incluirá la selección de lugares adecuados, la negociación de contratos, la coordinación logística, la promoción en medios de comunicación y redes sociales, y la venta de entradas. La organización de eventos proporcionará una plataforma para que los artistas interactúen directamente con sus fans, generen emoción y aumenten su visibilidad en la escena musical.
- **Gestión de relaciones con la prensa:** Estableceremos y mantendremos relaciones sólidas con medios de comunicación, periodistas y blogueros especializados en música electrónica. Esto implicará el envío de comunicados de prensa, la organización de entrevistas, la generación de reseñas de música y la búsqueda de oportunidades de cobertura mediática. Mantener una relación positiva con los medios de comunicación ayudará a los artistas a obtener una mayor visibilidad y exposición a través de reseñas, entrevistas y artículos promocionales.
- **Análisis y seguimiento de resultados:** Utilizaremos herramientas de análisis para evaluar el impacto de nuestras estrategias y ajustarlas según sea necesario. Seguiremos de cerca las métricas de reproducción en plataformas de streaming, la interacción en redes sociales, las ventas de música, los resultados de eventos y otras métricas relevantes para medir el éxito y la eficacia de nuestras acciones. Esto nos permitirá tomar decisiones informadas y optimizar continuamente nuestras estrategias de promoción.
- **Colaboración con influencers y creadores de contenido:** Identificaremos a influencers y creadores de contenido relevantes en el ámbito de la música electrónica y estableceremos colaboraciones estratégicas. Estas colaboraciones pueden incluir promoción cruzada en redes sociales, participación en videos musicales, colaboraciones en canciones y



actuaciones conjuntas. La asociación con influencers y creadores de contenido ayudará a los artistas a expandir su alcance y a llegar a nuevos públicos que compartan intereses similares.

- **Desarrollo de una comunidad de fans:** Fomentaremos la creación de una comunidad de fans comprometidos y apasionados alrededor de los artistas. Esto implicará la gestión de grupos de fans en redes sociales, la organización de eventos exclusivos para fans, la interacción regular con los seguidores a través de comentarios y mensajes directos, y la creación de contenido exclusivo para los seguidores más leales. El desarrollo de una comunidad de fans sólida permitirá a los artistas mantener una base de seguidores leales y entusiastas que apoyen su carrera musical a largo plazo.
- **Consultoría de monetización de contenidos:** Asesoraremos a los artistas en estrategias de monetización de sus contenidos, incluyendo la distribución de música en plataformas de streaming, la venta de música en tiendas en línea, la licencia de canciones para uso comercial y la generación de ingresos a través de conciertos y eventos. Brindaremos orientación sobre cómo maximizar las oportunidades de ingresos y establecer relaciones comerciales sólidas en la industria musical.
- **Creación y gestión de una identidad artística:** Trabajaremos en conjunto con los artistas para desarrollar una identidad artística auténtica y coherente, que refleje su visión creativa y conecte con su audiencia de manera significativa. Esto incluirá el desarrollo de una imagen visual distintiva, la definición de un estilo musical único y la creación de una narrativa artística que resuene con los fans. Una identidad artística sólida ayudará a los artistas a destacar en un mercado competitivo y a establecer una conexión emocional con su audiencia.
- **Desarrollo de estrategias de branding:** Elaboraremos estrategias de branding personalizadas para cada artista, que incluirán elementos como la creación de logotipos, selección de colores y tipografías, y la definición de mensajes clave. Estas estrategias ayudarán a los artistas a construir una

imagen de marca coherente y reconocible, lo que les permitirá diferenciarse en el mercado y transmitir su propuesta única de valor.

Cada uno de estos puntos está diseñado para brindar un enfoque integral y estratégico al marketing y promoción de artistas emergentes e independientes de música electrónica. Al combinar estos servicios, proporcionamos a nuestros clientes las herramientas y recursos necesarios para aumentar su visibilidad, desarrollar una base de fans sólida y aprovechar oportunidades de crecimiento en la industria musical.

## 7.5. COMUNICACIÓN

### 7.5.1. Branding. Identidad Corporativa

La identidad corporativa es esencial para cualquier empresa, incluyendo las agencias de marketing que brindan servicios a artistas musicales. Engloba diversos elementos visuales y conceptuales que definen la imagen y personalidad de la agencia. Estos elementos son clave para establecer una conexión visual y emocional con el público objetivo, transmitir los valores de la marca y diferenciarse de la competencia.

En este apartado, exploraremos y analizaremos la identidad corporativa de Zephyr. Examinaremos los elementos fundamentales como el logotipo, la marca, la tipografía y otros componentes visuales que conforman la imagen de la agencia. Estudiaremos cómo estos elementos han sido diseñados y desarrollados para transmitir la esencia de la agencia y atraer a su público objetivo.

Analizaremos los criterios de selección y aplicación de los elementos visuales en diferentes contextos y evaluaremos su efectividad en términos de reconocimiento de marca, impacto visual y alineación con la propuesta de valor de la agencia.

A través de este análisis detallado de la identidad corporativa, comprenderemos cómo Zephyr ha construido una imagen sólida y reconocible en el mercado, y cómo

estos elementos visuales contribuyen a la percepción de calidad, vanguardia, confianza y profesionalismo por parte de los clientes.

En los siguientes apartados, examinaremos en detalle cada elemento de la identidad corporativa, proporcionando un análisis exhaustivo de su diseño, significado y aplicaciones. Profundizaremos en la creación del logotipo, la selección de la paleta de colores, la elección de la tipografía y otros elementos visuales que componen la identidad visual de Zephyr.

#### 7.5.1.1. Logotipo

En primer lugar, exploraremos el imagotipo de nuestra agencia, que se compone del nombre de la agencia, Zephyr, y la ilustración que lo acompaña. A lo largo de este apartado, analizaremos el significado de cada elemento que conforma el imagotipo, así como los colores de nuestra marca, la tipografía y otros aspectos relevantes.

En esta sección, se presenta la imagen corporativa de nuestra agencia con los colores principales de nuestra marca. Se mostrará tanto la versión con ambos colores como la versión invertida, además de una variante de la marca sobre una fotografía. De esta manera, podremos apreciar cómo se adapta la marca a diferentes formatos visuales.

A través de este análisis detallado, obtendremos una comprensión más profunda de nuestro imagotipo y su aplicación en la identidad corporativa de nuestra agencia. Exploraremos cómo estos elementos visuales refuerzan nuestra marca, generan reconocimiento y transmiten la esencia de nuestra agencia a nuestro público objetivo.



Elaboración propia | Figura 9. Logo Zephyr 1



Elaboración propia | Figura 10. Logo Zephyr 2

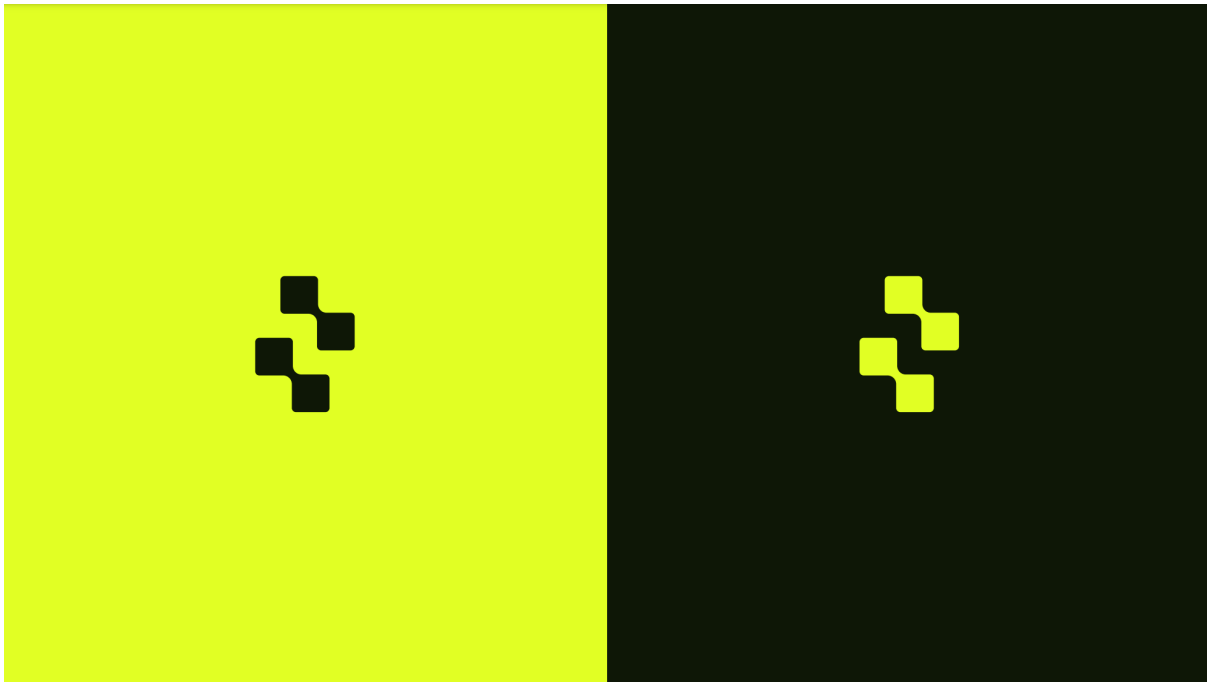


Elaboración propia | Figura 11. Logo Zephyr 3

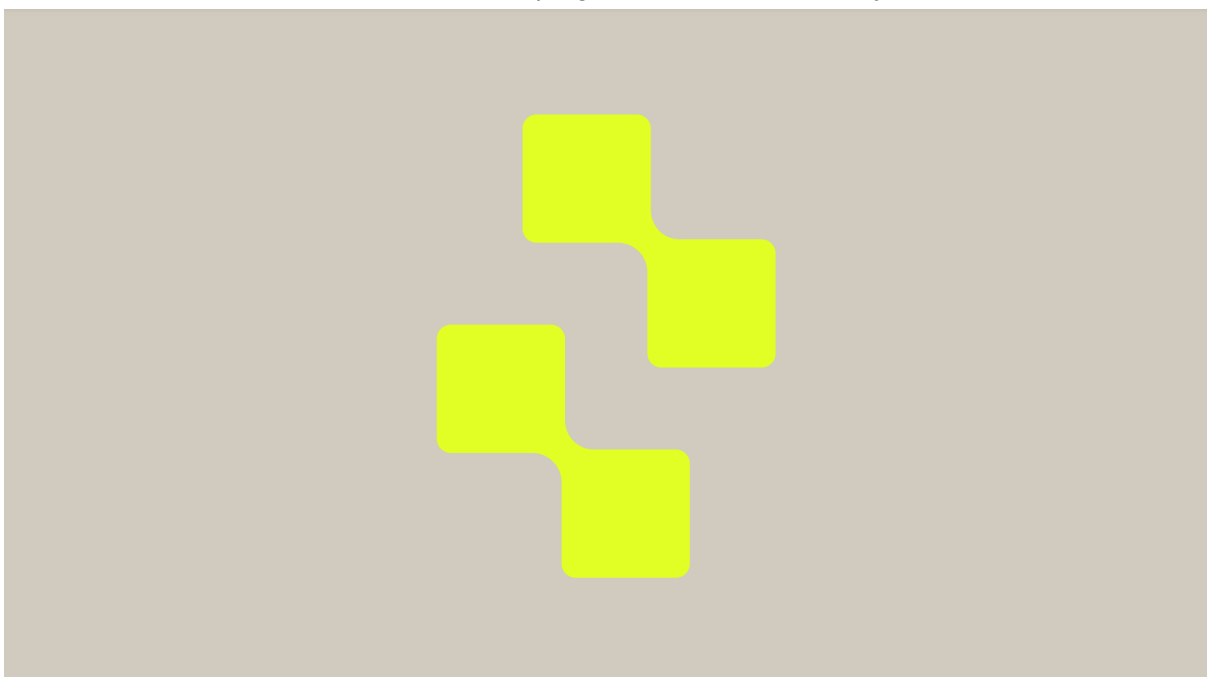
#### 7.5.1.2. Isotipo

En nuestro manual de identidad, presentamos el Isotipo, que representa la presencia exclusiva de la ilustración que acompaña a nuestra marca, Zephyr. El Isotipo se compone de cuatro cuadrados interconectados, dos de los cuales están unidos a otros dos. Esta ilustración tiene un significado profundo y está estrechamente relacionada con nuestra actividad y nuestra forma de trabajar con nuestros valiosos clientes, aspectos que se explorarán detalladamente en los siguientes apartados del manual.

El Isotipo está especialmente diseñado para ser utilizado en nuestros perfiles de redes sociales, permitiendo que seamos reconocidos incluso en ausencia del logotipo. Además, su diseño resalta los colores distintivos de nuestra marca, reforzando nuestra identidad visual de manera coherente en todas nuestras plataformas digitales.



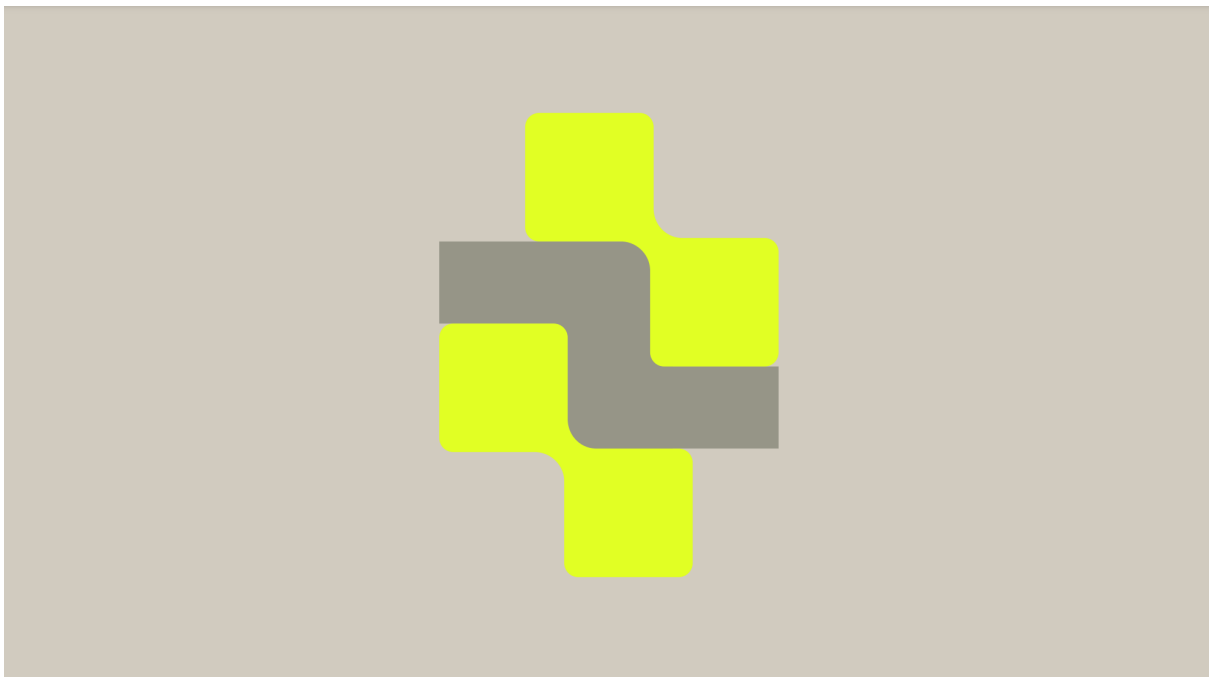
Elaboración propia | Figura 12. Símbolo Zephyr 1



Elaboración propia | Figura 13. Logo Zephyr 2

Dentro de la composición del isotipo, se revela un elemento fascinante que merece nuestra atención. Si observamos detenidamente los cuadrados que conforman la ilustración, notaremos un espacio vacío que toma la forma de la letra "Z", coincidiendo con la inicial de nuestro nombre de marca. Este detalle no solo añade un toque distintivo y memorable al isotipo, sino que también refuerza la presencia de nuestra identidad en esta representación visual.

La inclusión de la letra "Z" en el isotipo no solo es estéticamente atractiva, sino que también aporta una gran dosis de personalidad a nuestra marca. Al ser una letra distintiva y reconocible, aporta carácter y resalta nuestra identidad única en cada interacción con nuestro público. Esta cuidadosa atención al detalle es un reflejo de nuestro compromiso con la calidad y la coherencia en cada aspecto de nuestra imagen de marca.



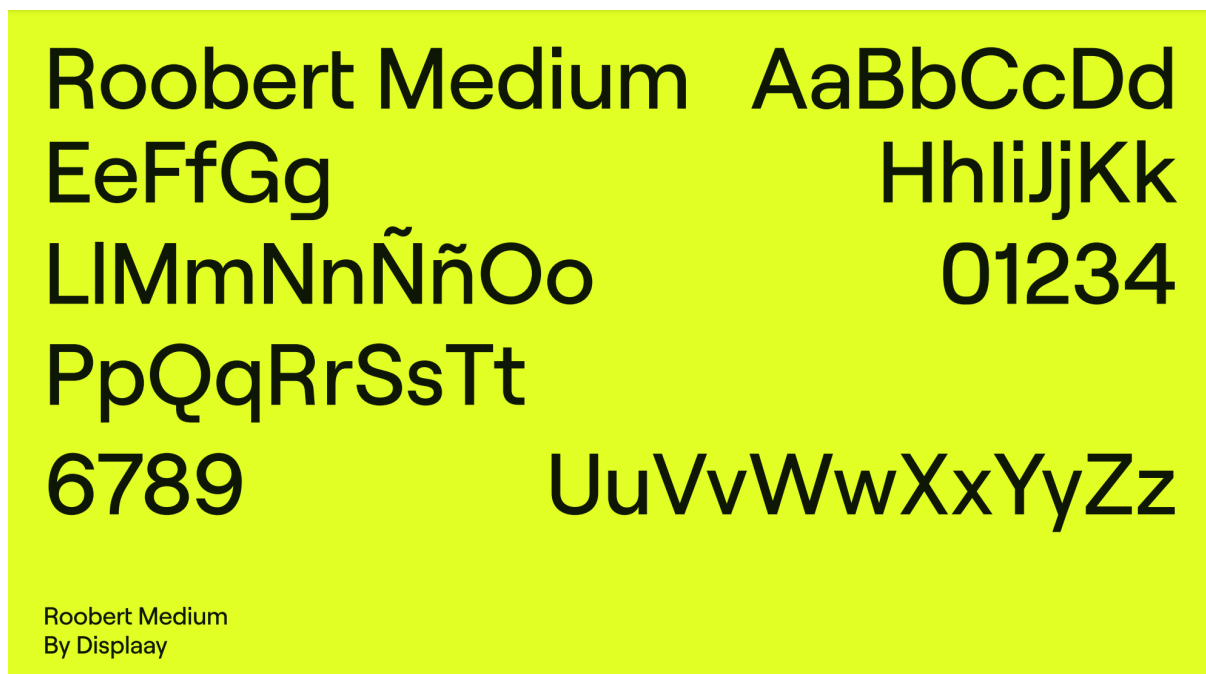
Elaboración propia | Figura 14. Logo Zephyr 3

### 7.5.1.3. Tipografía

La tipografía seleccionada para Zephyr es Roobert Medium, una elección fundamentada en el entorno en el que la marca estará presente, principalmente en el ámbito digital. Al ser una agencia que se desenvuelve en el mundo online, es crucial contar con una tipografía que transmita personalidad y se adapte a este contexto digital.

Roobert Medium es una tipografía diseñada específicamente para marcas digitales y se alinea perfectamente con el estilo y el público con el que trabajaremos, en particular, dentro de la industria de la música electrónica. Su construcción única le otorga una identidad distintiva, destacando en letras como la "G", "Q" o la "J", entre otras.

Al utilizar Roobert Medium, nuestra marca adquiere una estética y una presencia visual coherentes con el entorno digital en el que nos encontramos. Esta elección tipográfica refuerza nuestra identidad y nos conecta de manera efectiva con nuestro público objetivo, estableciendo una conexión visual sólida y memorable.



Elaboración propia | Figura 15. Logo Zephyr 1



El eslogan de nuestra agencia complementa el manual de identidad con su simplicidad y energía. Se trata de una frase concisa que captura de manera efectiva nuestro objetivo principal como agencia. Nuestro eslogan se resume en la idea de amplificar la presencia de nuestros artistas.

Este eslogan refleja la esencia de nuestra actividad como agencia, centrándonos en potenciar la visibilidad y el alcance de los artistas con los que trabajamos. Nuestro objetivo principal es ayudar a nuestros artistas a destacar en un entorno altamente competitivo, proporcionándoles los servicios necesarios para impulsar su presencia en el mundo digital.

A través de nuestras estrategias de marketing, promoción de eventos, lanzamientos musicales y gestión de redes sociales, nos esforzamos por amplificar la presencia de nuestros artistas y aumentar su visibilidad ante el público objetivo. Nos comprometemos a utilizar todas las herramientas y recursos disponibles para garantizar que nuestros artistas sean escuchados y reconocidos en la industria de la música.

Nuestro eslogan captura la esencia de nuestra actividad y nos impulsa a seguir trabajando incansablemente para brindar a nuestros artistas las mejores oportunidades de crecimiento y éxito en su carrera musical.

# Amplify your sound

#### 7.5.1.4. Colores

Nuestros colores digitales son una ventaja significativa para nuestra marca, ya que nos brindan una mayor libertad y la capacidad de representar con precisión las diversas tonalidades que componen nuestra identidad visual. A diferencia de los formatos físicos, donde los colores pueden verse afectados por la tinta y la superficie, en el mundo digital podemos apreciar plenamente cada matiz de color que utilizamos.

En lugar de depender de un solo color para identificarnos, hemos optado por una combinación de colores que nos hace únicos. Cada uno de estos colores ha sido cuidadosamente seleccionado y se ha asociado con géneros de música electrónica debido a su apariencia y la forma en que evocan ciertas percepciones:

- **Ambient Grey:** Este color, utilizado como fondo, nos distingue al suprimir el tradicional color blanco. Su nombre, "Ambient Grey", está inspirado en el género musical "Ambient", que busca inducir estados de serenidad y contemplación. Al igual que la música ambiental, este color se caracteriza por su atmósfera envolvente, su estilo minimalista y su ritmo pausado. Requiere una apreciación activa y profunda para experimentar plenamente sus cualidades. Además, puede utilizarse como fondo para crear un ambiente relajante y agradable en diferentes contextos. (Hernandez, 2015)
- **Electro Yellow:** Este vibrante tono de amarillo se ha convertido en nuestro color principal. La elección de este color se debe a la energía que transmite. Hemos denominado a este tono específico como "Electro Yellow", en referencia al género musical "Electro House", conocido por su potencia y sonidos distorsionados. Es el color que destaca y queremos que se nos identifique por él.
- **Trance Green:** Todo color brillante debe tener su contraste. Es esencial utilizar colores contrastantes en el diseño. Si hay un color brillante, debemos buscar uno más oscuro y apagado que lo contrarreste. Por esta razón, hemos seleccionado el color verde en tonalidades más oscuras. Lo hemos llamado

"Trance Green", haciendo referencia al género de música electrónica llamado "Trance", conocido por su carácter oscuro. (G-Tech Design, s. f.)

Estos colores forman parte integral de nuestra identidad visual y nos ayudan a transmitir la esencia de nuestra agencia en el entorno digital. Cada uno de ellos ha sido elegido cuidadosamente para reflejar nuestra actividad y conectar con el estilo de música electrónica y la industria musical en general.



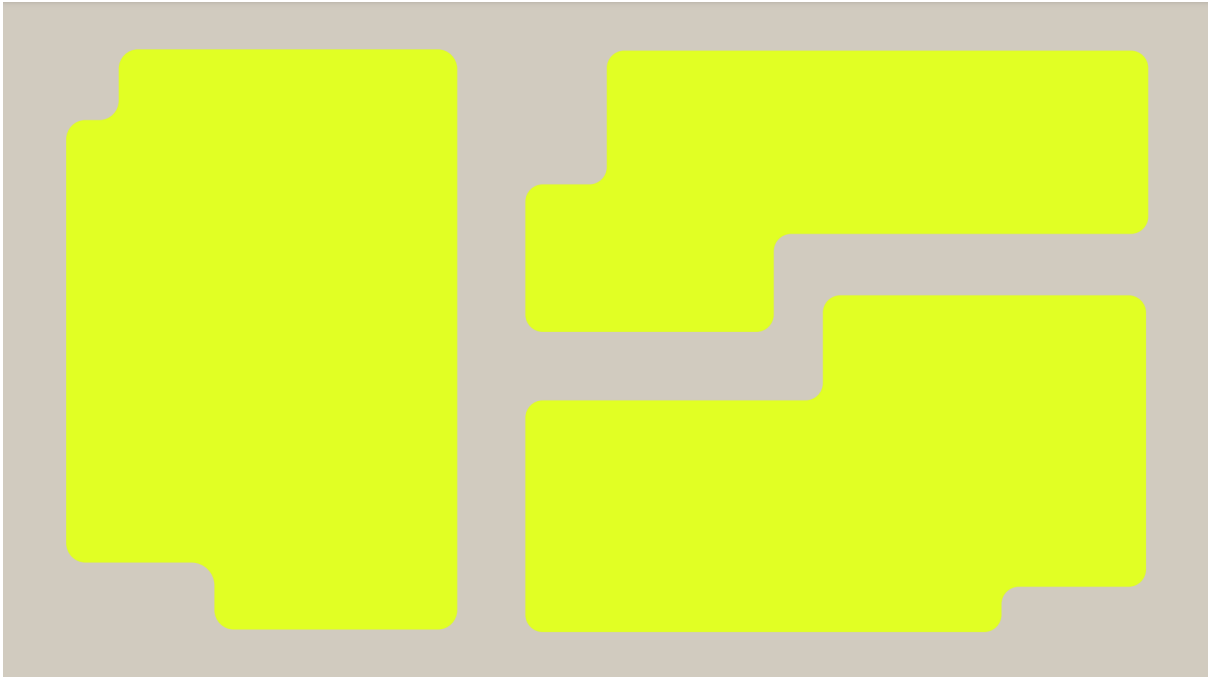
Elaboración propia | Figura 16. Colores de Zephyr

#### 7.5.1.5. Sistema gráfico adaptativo

Zephyr se distingue por utilizar enfoques innovadores en el campo del marketing, centrándonos en los sentimientos y las conexiones que establecemos con las personas. Valoramos la adaptabilidad como un aspecto fundamental, tanto en la forma en que nos adaptamos a las necesidades y deseos de nuestros clientes, como en nuestra dinámica interna en el día a día. En este sentido, creamos contenido que se adapta y conecta con nuestro público objetivo, generando así un sistema sólido. Cada elemento de nuestro diseño se ajusta cuidadosamente a la imagen que queremos transmitir. La adaptabilidad es un valor arraigado en nuestra empresa y se refleja en toda nuestra identidad visual, consolidando nuestra marca.



Elaboración propia | Figura 17. Concepto de Zephyr

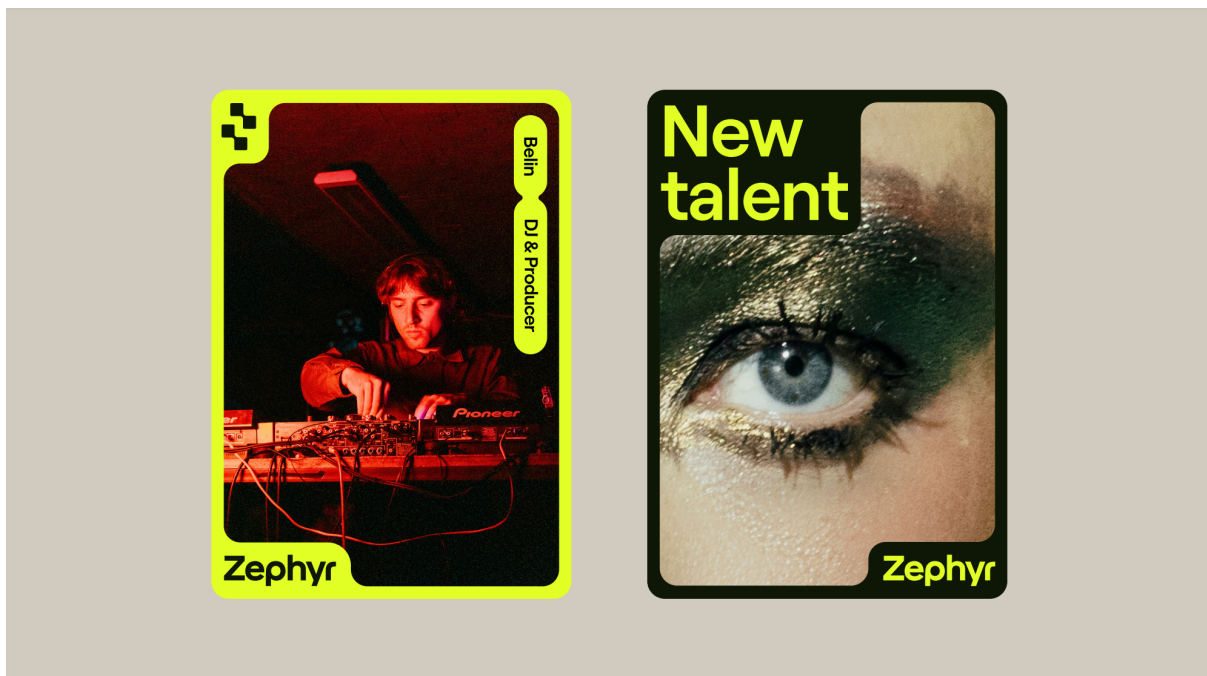


Elaboración propia | Figura 18. Aplicaciones Zephyr

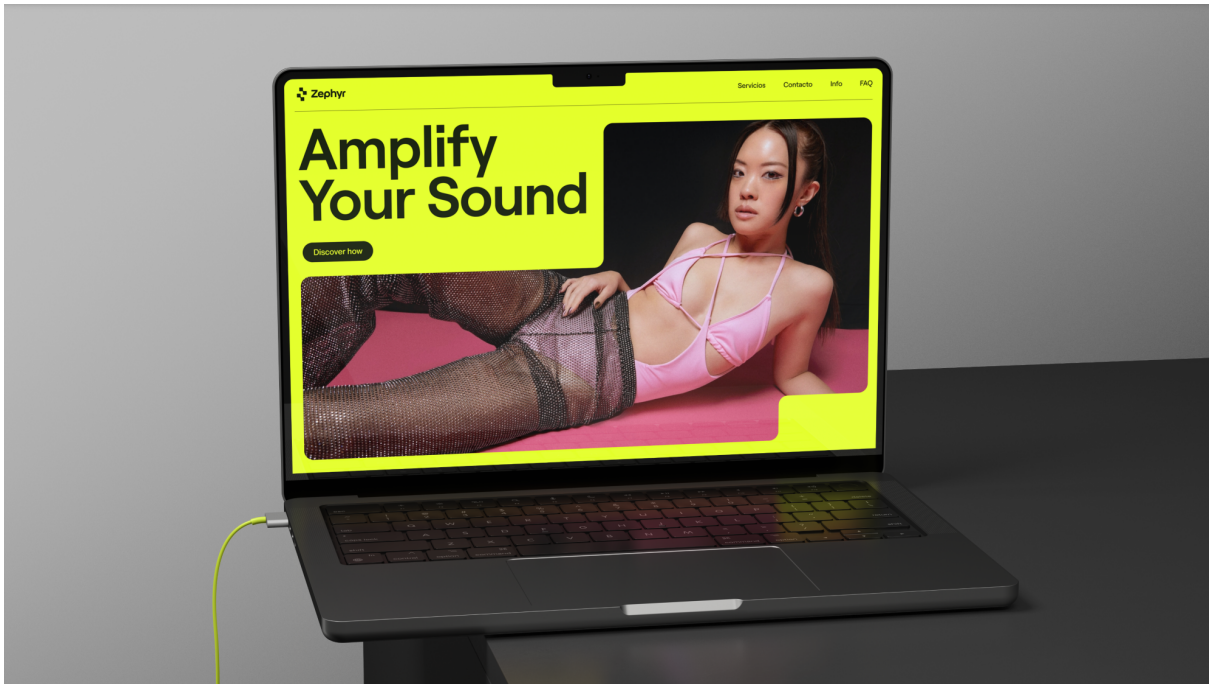
### 7.5.1.6. Aplicaciones

Como se ha mencionado previamente, todos nuestros elementos gráficos se ajustan a los diferentes recursos que utilizamos. A continuación, presentamos cuatro ejemplos de cómo se implementarán los elementos visuales. Cada elemento visual se adapta a la imagen que queremos transmitir.

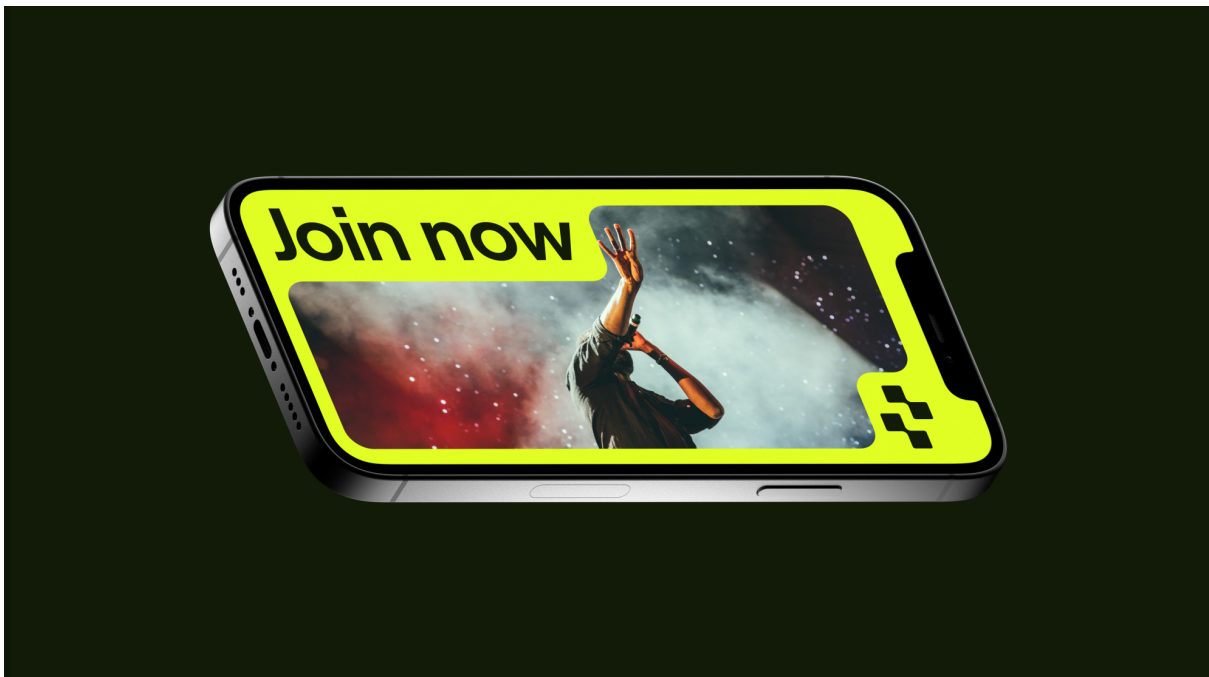
En el caso de nuestra página web, la imagen muestra el cuerpo completo, lo cual simboliza nuestra capacidad para adaptarnos a los artistas y sus necesidades. Nuestra web está diseñada para brindarles un espacio que se ajuste perfectamente a ellos.



Elaboración propia | Figura 19. Aplicaciones Cliente & New Talent Zephyr



Elaboración propia | Figura 20. Web Zephyr



Elaboración propia | Figura 21. Stream Zephyr



Al igual ocurre con este ejemplo de tarjetas que no se quiere dejar de lado todo lo relacionado con el diseño y la adaptabilidad.



Elaboración propia | Figura 22. Tarjetas de presentación Zephyr

En línea con nuestra visión de proporcionar un servicio integral y adaptado a las necesidades de nuestros clientes artistas, estamos considerando la posibilidad de desarrollar una aplicación exclusiva de la agencia. Esta aplicación tendría como objetivo principal mejorar la comunicación, facilitar las gestiones y ofrecer un seguimiento detallado de los servicios contratados y los resultados obtenidos. A través de esta aplicación, buscamos ofrecer a nuestros clientes una experiencia más personalizada, eficiente y transparente en su proceso de marketing y promoción musical. Si bien esta posibilidad aún está en desarrollo, nos entusiasma explorar nuevas vías tecnológicas para maximizar los beneficios que ofrecemos a nuestros clientes.

Esta aplicación tendría como objetivo principal facilitar las gestiones, brindar un acceso rápido y cómodo a los servicios contratados y permitir un seguimiento detallado de los resultados obtenidos.

Al proporcionar una aplicación exclusiva para nuestros clientes, les ofrecemos la conveniencia de tener toda la información relevante y las herramientas necesarias al

alcance de sus manos. A través de la aplicación, los artistas podrán realizar diversas acciones, como:

**Gestiones y consultas:** Los artistas podrán realizar solicitudes, realizar cambios en sus servicios contratados, consultar información sobre los paquetes y los precios, y tener acceso a un historial detallado de las interacciones y comunicaciones con la agencia. Esto simplificará el proceso de comunicación y agilizará las gestiones administrativas.

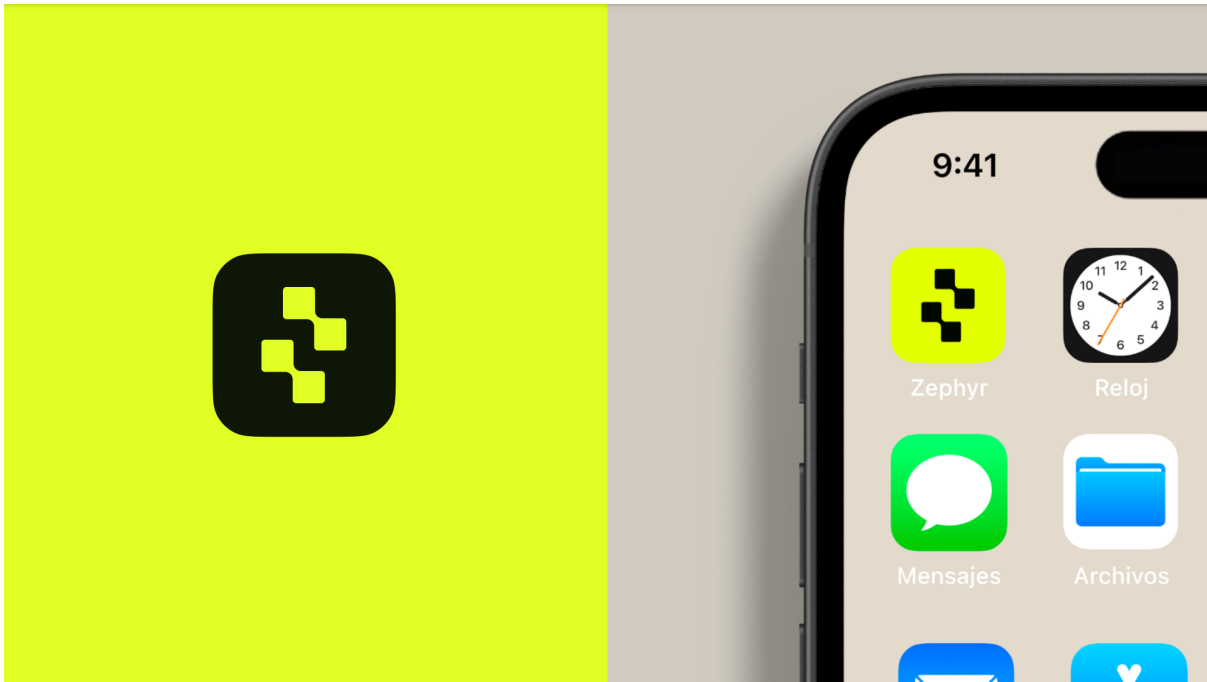
**Contacto directo:** La aplicación permitirá a los artistas ponerse en contacto de manera rápida y directa con nuestro equipo de profesionales. Podrán enviar mensajes, realizar consultas específicas, programar reuniones y recibir respuestas personalizadas de manera ágil.

**Seguimiento de resultados:** Una de las características más importantes de la aplicación sería proporcionar a los artistas información en tiempo real sobre los resultados obtenidos en sus campañas y estrategias de marketing digital. Esto incluiría métricas y análisis detallados sobre el rendimiento de las redes sociales, la efectividad de las campañas promocionales, el crecimiento de seguidores y otras métricas clave. Los artistas podrán visualizar fácilmente su progreso y evaluar el impacto de las estrategias implementadas.

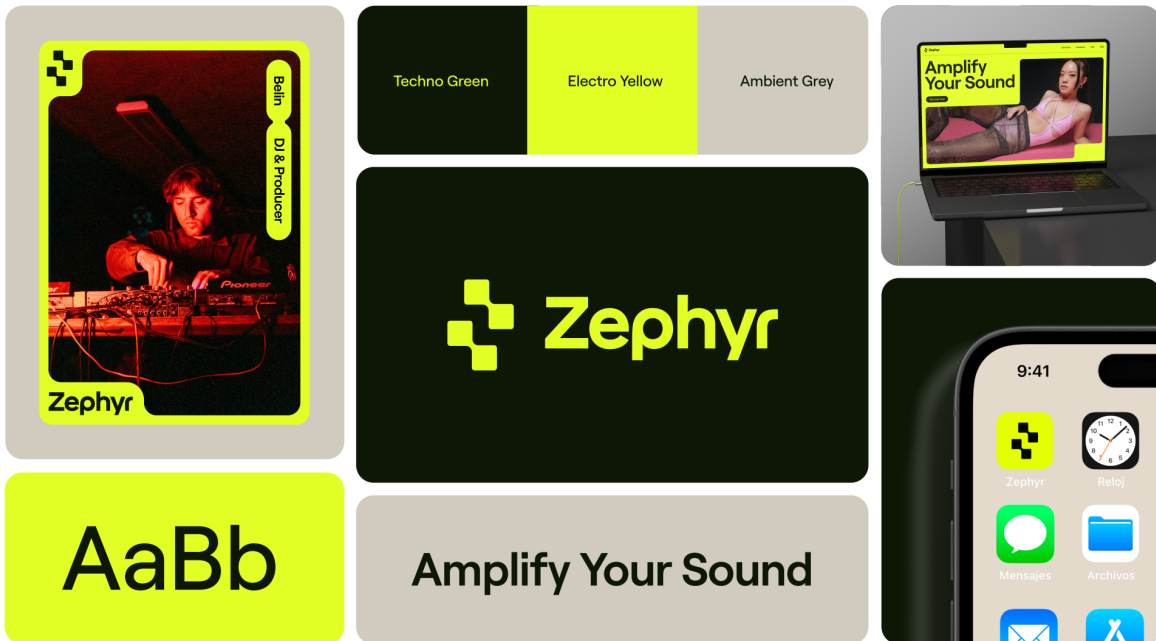
Es importante destacar que la posibilidad de contar con esta aplicación aún se encuentra en fase de consideración y desarrollo, por lo que no se puede garantizar su disponibilidad inmediata. Sin embargo, estamos explorando activamente esta opción con el objetivo de brindar a nuestros clientes una experiencia aún más personalizada, eficiente y transparente.

Nuestra agencia está comprometida en utilizar las herramientas tecnológicas más innovadoras para optimizar los servicios que ofrecemos y adaptarnos a las necesidades y preferencias de nuestros clientes artistas. Mantenemos un enfoque constante en la mejora continua y en brindar soluciones que impulsen su carrera musical en un entorno digital en constante evolución.

Podemos ver un ejemplo en la siguiente imagen del App de Zephyr y ver, a su vez, cómo funciona el logo en formatos pequeños:



Elaboración propia | Figura 23. App Zephyr



Elaboración propia | Figura 24. Resumen Zephyr

## 7.5.2. Diseño de plan de comunicación

### 7.5.2.1. Para artistas independientes:

#### 7.5.2.1.1. Desarrollo de contenido relevante:

Crear contenido valioso y educativo sobre cómo construir una marca musical, promocionar la música en línea y generar ingresos. Esto incluiría guías prácticas, consejos útiles, estudios de casos y entrevistas con expertos de la industria. Este tipo de contenido posicionará a nuestra agencia como una fuente confiable de información y atraerá a artistas independientes en busca de orientación y apoyo.

#### 7.5.2.1.2. Social media marketing:

Implementar estrategias de marketing en redes sociales para aumentar la visibilidad y el compromiso. Esto implica crear y mantener perfiles atractivos en plataformas relevantes como Instagram, Tik Tok, Twitter y YouTube. Publicar contenido regularmente, incluyendo imágenes, videos, snippets de música y actualizaciones de eventos. Fomentar la interacción con los seguidores a través de concursos, preguntas y respuestas, y colaboraciones con otros artistas. Utilizar tácticas de publicidad en redes sociales para ampliar el alcance y llegar a nuevos públicos.

#### 7.5.2.1.2. Gestión de relaciones:

Establecer relaciones sólidas con artistas independientes a través de asesoramiento estratégico y apoyo personalizado. Esto implica trabajar en estrecha colaboración con cada artista para comprender sus necesidades, objetivos y estilo musical. Ayudar a los artistas a desarrollar estrategias de promoción adaptadas a sus características y objetivos específicos. Proporcionar orientación sobre la construcción de marca, la promoción de música en plataformas de streaming y la generación de ingresos a través de ventas de música y merchandising en línea.

### 7.5.2.2. Para artistas con trayectoria:

#### 7.5.2.2.1. Mantenimiento de presencia en línea:

Trabajar en estrecha colaboración con los artistas para mantener una presencia activa y actualizada en las redes sociales y otros canales digitales relevantes. Esto implica la publicación regular de contenido de calidad, incluyendo noticias,

actualizaciones de giras, lanzamientos de música y contenido detrás de escena. Gestionar la reputación en línea y responder de manera rápida y efectiva a comentarios y mensajes de los seguidores. Participar en conversaciones relevantes y colaboraciones estratégicas con otros artistas y marcas.

#### 7.5.2.2.2. Expansión de la audiencia global:

Utilizar tácticas de marketing digital para llegar a nuevas audiencias y expandir el alcance de los artistas en mercados internacionales. Esto incluye el uso de herramientas de segmentación para identificar audiencias potenciales, la implementación de campañas publicitarias en línea dirigidas a esos públicos y la promoción en plataformas de streaming globales. Colaborar con influencers y medios de comunicación relevantes en diferentes países para aumentar la visibilidad y generar interés en la música de los artistas.

#### 7.5.2.2.3. Gestión de marca:

Trabajar en colaboración con los artistas para mantener una coherencia en la imagen de marca, tanto en línea como fuera de línea. Esto incluye la gestión de activos visuales, como fotografías y videos promocionales, y la creación de contenido de marca consistente en todos los canales digitales. Monitorear la reputación en línea de los artistas y tomar medidas para proteger su imagen y legado. Colaborar en la selección de colaboraciones estratégicas y oportunidades de patrocinio que estén alineadas con la imagen y los valores de los artistas.

#### 7.5.2.2.4. Medición y análisis de resultados:

Implementación de herramientas de análisis:

- Utilizar herramientas de análisis de datos para monitorear el rendimiento de las estrategias y campañas implementadas. Esto incluye el seguimiento de métricas clave como el crecimiento de seguidores, la interacción en redes sociales, las reproducciones de música en plataformas de streaming y las ventas de merchandising. Utilizar herramientas como Google Analytics, Insights de redes sociales y las propias métricas de las plataformas de streaming para recopilar datos relevantes.
- Algunas métricas y KPIs que se utilizan incluyen:

- Número de seguidores y crecimiento de la audiencia en las redes sociales.
- Interacciones y participación en publicaciones.
- Reproducciones de música y visualizaciones de videos en plataformas digitales.
- Ventas de merchandising y productos relacionados.
- Tráfico y conversiones en el sitio web y enlaces de promoción.
- Retorno de la inversión (ROI) en campañas publicitarias.

Informes periódicos:

- Generar informes periódicos detallados para evaluar el progreso y los resultados obtenidos. Estos informes incluirán análisis de las métricas clave, comparativas con objetivos establecidos y recomendaciones para ajustes y mejoras en las estrategias. Compartir estos informes contigo y tus clientes para mantener una comunicación transparente y tomar decisiones informadas sobre los próximos pasos.

7.5.2.2.5. Optimización y mejora continua:

Basado en los resultados obtenidos y los datos recopilados:

- Realizar ajustes y mejoras en las estrategias de comunicación. Identificar oportunidades de crecimiento, áreas de mejora y nuevas tendencias en la industria de la música independiente. Mantenerse actualizado con los cambios en las plataformas de streaming, las redes sociales y las mejores prácticas de marketing digital para garantizar que tu agencia siga siendo relevante y efectiva. Implementar nuevas tácticas y experimentar con diferentes enfoques para maximizar el impacto y los resultados positivos para los artistas y tu agencia.

### 7.5.3. Inbound marketing

La planificación estratégica de contenidos es esencial para el éxito de la agencia en el ámbito del marketing digital para artistas musicales independientes. A través de la implementación de la metodología del Inbound Marketing, se ha desarrollado una estrategia en cuatro fases: atraer, convertir, vender y fidelizar. Cada fase se enfoca en cumplir objetivos específicos y utilizar diversas acciones, medios, herramientas y métricas para alcanzar resultados tangibles.

La fase de **atraer** se centra en captar la atención de los artistas independientes dentro de nuestro mercado objetivo. El objetivo es lograr un reconocimiento del 30% en el primer año de operaciones. Para alcanzar este objetivo, se implementarán acciones como la creación de contenido relevante y valioso que aborde las necesidades y desafíos de los artistas independientes. Se utilizarán medios como redes sociales pertenecientes a Zephyr (Instagram, Twitter, YouTube y TikTok) y el sitio web para difundir ese contenido. Además, se hará uso de herramientas como la programación de publicaciones y el monitoreo de hashtags relevantes para optimizar la estrategia. Los KPIs que medirán en esta fase incluyen el crecimiento de seguidores, el alcance de las publicaciones y las visitas al sitio web.

La fase de **convertir** se enfoca en convertir a los visitantes del sitio web en clientes potenciales. El objetivo es incrementar el tráfico, atrayendo a 500 visitantes únicos al mes en el primer trimestre y aumentando ese número a 1,500 visitantes únicos al mes para el final del primer año. Para lograrlo, se implementará acciones como la creación de landing pages optimizadas, formularios de contacto y contenido descargable relevante. También se pondrá en marcha medios como redes sociales y el tráfico orgánico de búsqueda para dirigir a los visitantes al sitio web. Las herramientas que se utilizarán incluyen plataformas de automatización de marketing para la gestión de leads y la segmentación de audiencias. Los KPIs serán medidos como la tasa de conversión de visitantes a leads y el crecimiento de la base de datos de contactos que se generará.

La fase de **vender** se centra en convertir los clientes potenciales en clientes reales y generar ingresos para la agencia. En esta etapa, el objetivo es establecer una

reputación como expertos en marketing digital para artistas musicales independientes, obteniendo al menos 5 menciones positivas en la prensa especializada y en blogs de música en el primer año de operaciones. Para lograrlo, se implementarán acciones como colaboraciones estratégicas con otros expertos de la industria, participación en eventos relevantes y testimonios de clientes satisfechos. Se utilizarán medios como el blog de Zephyr y sus redes sociales para difundir estas menciones y testimonios. Las herramientas que se utilizarán incluyen plataformas de monitoreo de medios y CRM para la gestión de relaciones con los clientes. Los KPIs que se medirán en esta fase incluyen el número de menciones y reseñas positivas, así como la tasa de retención de clientes.

Por último, la fase de **fidelizear** se enfoca en mantener una relación sólida y a largo plazo con los clientes. El objetivo es lograr una tasa de satisfacción del cliente del 90% y obtener al menos 3 referencias de clientes satisfechos en el primer año. Para lograrlo, se implementarán acciones como el envío regular de newsletters con contenido valioso, la personalización de la experiencia del cliente y el seguimiento proactivo de su satisfacción. Se utilizarán medios como el correo electrónico y las redes sociales para mantener el contacto con nuestros clientes. Las herramientas que se utilizarán incluyen plataformas de automatización de marketing y sistemas de gestión de atención al cliente. Los KPIs que se medirán en esta fase incluyen la tasa de satisfacción del cliente, el número de referencias obtenidas y la tasa de retención de clientes.

En resumen, la planificación de contenidos estratégica, basada en la metodología del Inbound Marketing, permite abordar cada fase de manera efectiva y enfocada en alcanzar los objetivos establecidos. A través de acciones, medios y herramientas específicas, y con la medición constante de los KPIs relevantes, estando comprometidos en brindar resultados tangibles y satisfacer las necesidades de los clientes en la industria musical.



Fases	Objetivos	Acciones	Medios	Herramientas	KPI's/Métricas
<b>Atraer</b>	Aumentar el reconocimiento de nuestra marca	Crear contenido valioso y educativo sobre construcción de marca musical, promoción en línea y generación de ingresos.	Instagram, Twitter, YouTube, TikTok	Programas de diseño (Adobe Photoshop, Illustrator, Premiere, Canva)	Alcance de publicación.  Número de seguidores.  CTR (Click Through Rate)
		Utilizar hashtags relevantes.			
		Colaborar con otros artistas en proyectos y canciones.			
<b>Convertir</b>	Incrementar el tráfico a nuestro sitio web	Ofrecer contenido descargable (ebooks, guías, recursos) sobre estrategias	Sitio web	Herramientas de marketing de contenidos (HubSpot, Mailchimp)	Número de visitantes únicos al mes.  Tasa de rebote.

		de promoción musical y branding.			
		Implementar formularios de suscripción para recibir contenido exclusivo.			
		Optimizar el SEO del sitio web y utilizar palabras clave relevantes.			
<b>Vender</b>	Establecer una reputación como expertos en marketing digital para artistas musicales independientes.	Crear contenido de autoridad como entrevistas a artistas exitosos y consejos de expertos en la industria.	Blog, YouTube	Plataformas de correo electrónico (Mailchimp)	Número de menciones positivas en la prensa y blogs de música.
		Participar como conferencista			

		s en eventos y seminarios.			
		Ofrecer servicios de consultoría y asesoramiento estratégico.			
<b>Fidelizar</b>	Fomentar la recomendación de nuestros.	Brindar soporte y atención al cliente.	Redes sociales, Email	Plataformas de atención al cliente (Zendesk)	Tasa de satisfacción del cliente.  Número de referencias de clientes satisfechos.

Elaboración propia | Tabla 4. Estrategia de Inbound Marketing Zephyr

En conclusión, la planificación de contenidos personalizada para la agencia de marketing digital especializada en artistas musicales independientes se basa en la metodología del Inbound Marketing y tiene como objetivo principal aumentar el reconocimiento de la marca, incrementar el tráfico a nuestro sitio web, establecer una reputación como expertos en el campo y fomentar la recomendación de nuestros servicios.

En la **fase de atracción** el objetivo es captar la atención del público objetivo, los artistas musicales independientes, y atraerlos hacia la marca. Para lograrlo, se requiere la creación de contenido valioso y relevante que aborde sus necesidades y desafíos específicos. Este contenido puede incluir consejos sobre cómo construir una marca musical, estrategias de promoción en línea, generación de ingresos a través de plataformas de streaming, entre otros temas de interés. Asimismo, la colaboración con otros artistas también desempeña un papel importante en esta

fase. Al asociarse con artistas relevantes y complementarios, se puede ampliar el alcance y llegar a nuevas audiencias que comparten intereses similares. Esta colaboración puede incluir presentaciones conjuntas, colaboraciones en canciones, menciones en redes sociales y más, lo que ayuda a generar interés y atraer a artistas musicales hacia la agencia.

En la **fase de conversión**, una vez que se haya captado la atención de los artistas musicales, es importante convertirlos en leads cualificados, es decir, en personas interesadas en los servicios de la agencia y dispuestas a proporcionar su información de contacto. Para lograrlo, es necesario ofrecer contenido descargable de valor, como guías, ebooks o plantillas, a cambio de que los visitantes completen un formulario de suscripción. Además, optimizar el SEO del sitio web de la agencia es esencial para aumentar la visibilidad en los motores de búsqueda y atraer tráfico orgánico. Mediante el uso de palabras clave relevantes en el contenido y la estructura del sitio web, así como la creación de meta-descripciones atractivas, se podrá aumentar la cantidad y calidad de los visitantes que llegan al sitio web. Asimismo, el uso de herramientas de marketing de contenidos, como un gestor de correo electrónico y automatización de marketing, permitirá nutrir y calificar a los leads, enviando mensajes personalizados y segmentados a lo largo del tiempo para aumentar las posibilidades de conversión.

Para la **fase de venta** el objetivo es establecer la reputación de la agencia como expertos en marketing digital para artistas musicales independientes. Para lograrlo, es importante crear y compartir contenido de autoridad que demuestre tu conocimiento y experiencia en el campo. Esto puede incluir publicaciones de blog, videos tutoriales, podcasts y participación en eventos y conferencias relacionadas con la industria musical. También se puede ofrecer servicios de consultoría estratégica para ayudar a los artistas a desarrollar planes de promoción efectivos y maximizar su exposición en plataformas digitales. Esta consultoría puede incluir el análisis de su presencia en redes sociales, el diseño de estrategias de contenido, la optimización de perfiles en plataformas de streaming, entre otros servicios personalizados.

Por último, para la **fase de fidelización** el objetivo es fortalecer las relaciones con los clientes existentes y fomentar la recomendación de los servicios de la agencia. Un soporte y atención al cliente de calidad son fundamentales para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Esto implica responder rápidamente a las consultas, proporcionar asesoramiento estratégico continuo y solucionar cualquier problema o inquietud que puedan tener. Asimismo, las redes sociales y el correo electrónico son medios efectivos para mantener el contacto con los clientes y ofrecerles contenido relevante y exclusivo. Se puede compartir actualizaciones sobre la industria musical, consejos y trucos adicionales, promociones especiales, entre otros contenidos que les brinden valor adicional. De la misma forma, la tasa de satisfacción del cliente y el número de referencias de clientes satisfechos son métricas clave que indican el éxito de esta fase. Si los clientes están satisfechos con los resultados y el servicio que se brindó, es más probable que recomienden la agencia a otros artistas, lo que contribuirá al crecimiento y la reputación de la agencia.

Al implementar estas estrategias en cada fase, se podrá alcanzar los objetivos de aumentar el reconocimiento de la marca, incrementar el tráfico al sitio web, establecer una reputación como expertos en marketing digital y fomentar la recomendación de los servicios.

## 8. Plan económico financiero

### 8.1. Constitución de la sociedad y formas de financiación

#### 8.1.2. Forma jurídica de la sociedad

Se ha tomado la decisión de constituir la empresa como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), con la participación de tres socios que aportarán un capital social total de 2.980€. Esta elección de forma jurídica para la creación de la empresa conlleva varios beneficios y ventajas que justifican esta decisión.

En primer lugar, la Sociedad de Responsabilidad Limitada ofrece un marco legal y organizativo que brinda protección a los socios. Al limitar su responsabilidad al capital aportado, los socios no serán personalmente responsables de las deudas y obligaciones de la empresa. Esto significa que se protege su patrimonio personal en caso de problemas financieros o legales.

Además, la constitución de una SRL facilita la administración y gestión de la empresa. Los socios pueden establecer acuerdos y normas internas mediante el contrato de constitución de la sociedad, lo que permite una mayor flexibilidad en la toma de decisiones y en la distribución de beneficios y responsabilidades entre los socios.

Otra ventaja de la SRL es su reconocimiento y credibilidad en el ámbito empresarial. Este tipo de sociedad transmite confianza a clientes, proveedores y otras partes interesadas, lo que puede facilitar las relaciones comerciales y el acceso a financiamiento externo, como préstamos bancarios o inversiones de terceros.

Además, la SRL ofrece beneficios fiscales y contables. Los socios pueden beneficiarse de un régimen fiscal favorable, así como de la posibilidad de aplicar deducciones y reducciones en los impuestos corporativos. También se simplifica la gestión contable y fiscal de la empresa, lo que facilita el cumplimiento de las obligaciones legales.

En resumen, la elección de constituir la empresa como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) y la aportación de un capital social por parte de los socios de 2.980€ brinda protección, flexibilidad, credibilidad y beneficios fiscales. Estos aspectos son fundamentales para garantizar un inicio sólido y exitoso de la empresa, así como para establecer una base sólida para su crecimiento y desarrollo a largo plazo.

### 8.1.3. Inversión necesaria

Para poder establecer y poner en marcha nuestra agencia de marketing digital para artistas musicales independientes, es necesario realizar una inversión inicial aproximada de 13.000€. Esta inversión se distribuirá entre activos no corrientes y corrientes, así como otros componentes clave que detallaremos a continuación, como el patrimonio neto y los pasivos no corrientes y corrientes.

En cuanto a los gastos iniciales, se deben considerar varios conceptos. En primer lugar, se destinará una parte de la inversión a adquirir softwares y licencias necesarios para llevar a cabo nuestras operaciones diarias. Entre estos programas y licencias se encuentran Creative Cloud de Adobe, Metricool para la gestión de contenido y redes sociales, Hubspot como CRM y Notion para la gestión de proyectos y organización, que incluye capacidades de inteligencia artificial. Además, se incluye el mantenimiento del sitio web y el dominio correspondiente, así como el diseño y branding de la página. Por último, se considerará una inversión en equipos informáticos necesarios para los empleados que se unirán a la agencia a lo largo del año, según nuestras previsiones.

Además de estos gastos, se realizará un pago de 6.000€ para la constitución de nuestra empresa como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL).

En cuanto al pasivo, el patrimonio neto estará compuesto por el capital social aportado por los socios de la empresa. Además, contaremos con un préstamo bancario a largo plazo de 8.000€ y 2.000€ correspondientes a aportaciones de accionistas.

Con esta estructura de activos, pasivos y patrimonio neto, nos aseguramos de contar con los recursos necesarios para poner en marcha y desarrollar con éxito nuestra agencia de marketing digital, ofreciendo servicios especializados a artistas musicales independientes.

<b>Balance de situación inicial</b>			
<b>Activo no corriente (Inmovilizado)</b>	<b>6980.33</b>	<b>Patrimonio Neto</b>	<b>2980.33</b>
<b>Inmovilizaciones intangibles</b>	5242.33	Capital Social	2980.33
Softwares y licencias	2426.28	<b>Pasivo no corriente</b>	8000
Mantenimiento de la web y dominio	1316.05	Préstamo bancario a L/P	8000
Branding y diseño	1500	<b>Pasivo corriente</b>	2000
<b>Inmovilizaciones tangibles</b>	1738	Accionistas	2000
Equipos informáticos	1738		
<b>Activo Corriente (Circulante)</b>	<b>6000</b>		
<b>Tesorería</b>	6000		
Tesorería inicial	6000		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>12980.33</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>12980.33</b>

Elaboración propia | Tabla 5. Balance de situación inicial

#### 8.1.3.1. Activos no corrientes (inmovilizado)

Los activos no corrientes que Zephyr tendrá desde el momento de su constitución serán: Software y licencias, mantenimiento de la web y dominio, branding, diseño, y equipos informáticos. A continuación, detallamos los montos totales con IVA, sin IVA y el IVA:

<b>Plan de inversiones no corrientes</b>	<b>CON IVA</b>	<b>SIN IVA</b>	<b>IVA</b>
<b>Inmovilizaciones intangibles</b>	<b>5242.33</b>	<b>4141.4407</b>	<b>1100.8893</b>
Softwares y licencias	2426.28	1916.7612	509.5188
Mantenimiento de la web y dominio	1316.05	1039.6795	276.3705
Branding y diseño	1500	1185	315
<b>Inmovilizaciones tangibles</b>	<b>1738</b>	<b>1373.02</b>	<b>364.98</b>
Equipos informáticos	1738	1373.02	364.98
<b>TOTAL</b>	<b>6980.33</b>	<b>5514.4607</b>	<b>1465.8693</b>

Elaboración propia | Tabla 6. Plan de inversiones no corrientes



### 8.1.3.2. Forma de financiación

Para solventar los gastos iniciales se ha solicitado financiación externa del Banco ING, el cual nos ha concedido un préstamo bancario de 8000€ con una Tasa anual equivalente (TAE) del 7.22% y con una duración de 3 años (36 meses), el cual se pagará mensualmente. A continuación, se detalla el cuadro de préstamo bancario calculado mediante el método francés, el cual es uno de los métodos más populares para calcular los préstamos bancarios:

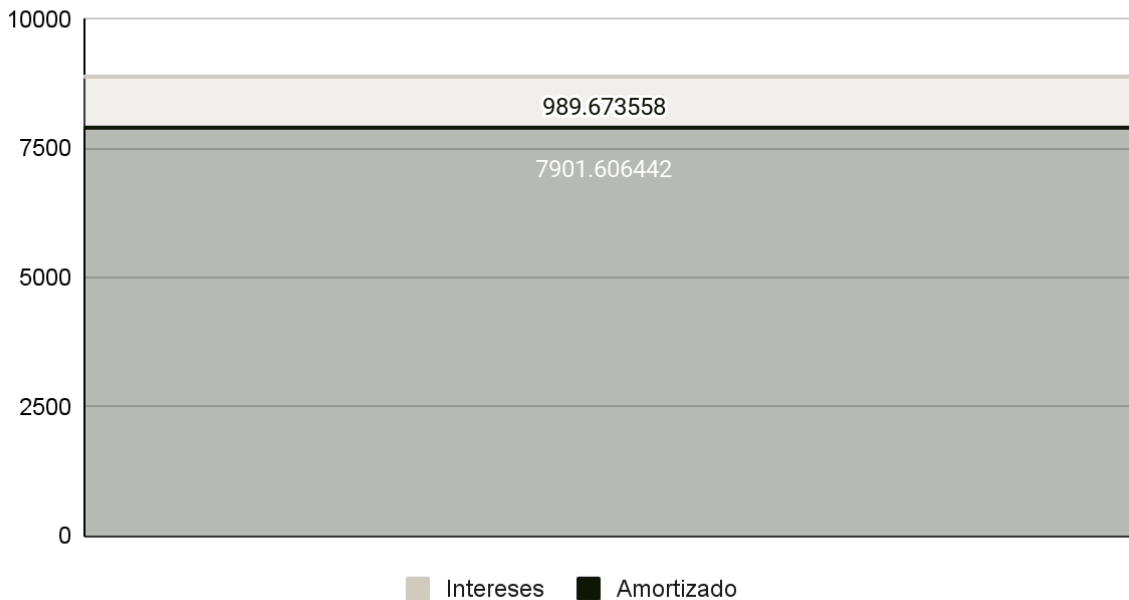
Nº meses	Tipo de interés %	Cuota	Amortizado	Interés	Capital pendiente
0	0.00%	0	0	0	8891.28
1	7.22%	246.98	193.48	53.50	8,644.30
2	7.22%	246.98	194.97	52.01	8,397.32
3	7.22%	246.98	196.46	50.52	8,150.34
4	7.22%	246.98	197.94	49.04	7,903.36
5	7.22%	246.98	199.43	47.55	7,656.38
6	7.22%	246.98	200.91	46.07	7,409.40
7	7.22%	246.98	202.40	44.58	7,162.42
8	7.22%	246.98	203.89	43.09	6,915.44
9	7.22%	246.98	205.37	41.61	6,668.46
10	7.22%	246.98	206.86	40.12	6,421.48
11	7.22%	246.98	208.34	38.64	6,174.50
12	7.22%	246.98	209.83	37.15	5,927.52
13	7.22%	246.98	211.32	35.66	5,680.54
14	7.22%	246.98	212.80	34.18	5,433.56
15	7.22%	246.98	214.29	32.69	5,186.58
16	7.22%	246.98	215.77	31.21	4,939.60
17	7.22%	246.98	217.26	29.72	4,692.62
18	7.22%	246.98	218.75	28.23	4,445.64
19	7.22%	246.98	220.23	26.75	4,198.66
20	7.22%	246.98	221.72	25.26	3,951.68
21	7.22%	246.98	223.20	23.78	3,704.70
22	7.22%	246.98	224.69	22.29	3,457.72
23	7.22%	246.98	226.18	20.80	3,210.74
24	7.22%	246.98	227.66	19.32	2,963.76
25	7.22%	246.98	229.15	17.83	2,716.78
26	7.22%	246.98	230.63	16.35	2,469.80

27	7.22%	246.98	232.12	14.86	2,222.82
28	7.22%	246.98	233.61	13.37	1,975.84
29	7.22%	246.98	235.09	11.89	1,728.86
30	7.22%	246.98	236.58	10.40	1,481.88
31	7.22%	246.98	238.06	8.92	1,234.90
32	7.22%	246.98	239.55	7.43	987.92
33	7.22%	246.98	241.04	5.94	740.94
34	7.22%	246.98	242.52	4.46	493.96
35	7.22%	246.98	244.01	2.97	246.98
36	7.22%	246.98	245.49	1.49	0.00
<b>TOTAL</b>		<b>8891.28</b>	<b>7901.606442</b>	<b>989.673558</b>	

Elaboración propia | Tabla 7. Cuadro de préstamos

A continuación, mostramos un gráfico de préstamos para identificar de forma visual las cuotas pagadas al banco, las cuales son la suma de amortización e intereses. El monto de las cuotas totales pagadas son 8891.28€, lo amortizado es 7901.61€ y los intereses totales pagados son 989.67€.

### Gráfico de préstamos



Elaboración propia | Gráfico 11. Gráfico de préstamos

### 8.1.4. Identificación de los servicios

Cada pack cuenta con servicios distintos categorizados en necesidades específicas que el cliente puede llegar a tener, ya que no todos necesitan todas las ventajas que ofrecemos y solo puede necesitar soporte en aspectos específicos. En cada uno de los packs que se ofrecen, la agencia se lleva un 40% del precio establecido.

Pack Básico de Marketing Digital	P. MIN	P. MAX	%REPRESENTADO	
	1,800.00	2,000.00	P. MIN	P. MAX
Gestión de redes sociales	300.00	420.00	17%	21%
Elaboración de newsletters	180.00	180.00	10%	9%
Creación de plantillas de diseño gráfico para redes sociales y eventos	120.00	120.00	7%	6%
Consultoría de monetización de contenidos	480.00	480.00	27%	24%
Margen agencia (40%)	720.00	800.00	40%	40%

Elaboración propia | Tabla 8. Pack Básico de Marketing Digital

Pack de Lanzamiento Musical	P. MIN	P. MAX	%REPRESENTADO	
	2,500.00	3,000.00	P. MIN	P. MAX
Campañas de promoción	900.00	1,080.00	36%	36%
Creación de videos promocionales	300.00	360.00	12%	12%
Gestión de perfiles en plataformas de streaming	180.00	240.00	7%	8%
Desarrollo de estrategias de branding	120.00	120.00	5%	4%
Margen de beneficios	1,000.00	1,200.00	40%	40%

Elaboración propia | Tabla 9. Pack de Lanzamiento Musical

Pack de Promoción de Eventos	P. MIN	P. MAX	%REPRESENTADO	
	3,500.00	4,000.00	P. MIN	P. MAX
Estrategia de promoción del evento	1,200.00	1,380.00	34%	35%
Creación de materiales de promoción	300.00	300.00	9%	8%
Promoción en redes sociales	180.00	300.00	5%	8%
Colaboraciones y alianzas estratégicas	420.00	420.00	12%	11%
Margen de beneficios	1,400.00	1,600.00	40%	40%

Elaboración propia | Tabla 10. Pack de Promoción de Eventos

Pack Completo de Marketing Artístico	P. MIN	P. MAX	%REPRESENTADO	
	8,500.00	10,000.00	P. MIN	P. MAX
Todos los packs anteriores	3,400.00	4,000.00	40.0%	40.0%
Networking con otros artistas.	500.00	700.00	5.9%	7.0%
Creación y gestión de un blog.	200.00	200.00	2.4%	2.0%
Creación y gestión de Smartlinks (como Linktree).	50.00	50.00	0.6%	0.5%
Colaboración con influencers y creadores de contenido.	450.00	550.00	5.3%	5.5%
Gestión de relaciones con la prensa.	500.00	500.00	5.9%	5.0%
<b>Margen agencia (40%)</b>	<b>3,400.00</b>	<b>4,000.00</b>	<b>40.0%</b>	<b>40.0%</b>

Elaboración propia | Tabla 11. Pack Completo de Marketing Artístico

### 8.1.5. Estimación del número de clientes potenciales

En el ámbito del marketing digital para artistas independientes, es importante destacar que no existen datos estadísticos precisos que indiquen el número exacto de artistas independientes en Europa. Sin embargo, con el fin de obtener una visión más cercana de las necesidades y preferencias de este segmento, llevamos a cabo una encuesta dirigida a artistas independientes.

De las 56 respuestas recopiladas en nuestra encuesta, se evidenció un dato relevante: el 92,9% de los participantes manifestó su deseo de dedicar más tiempo a la creación musical en lugar de invertir su tiempo en la planificación y ejecución de campañas de lanzamiento, generación de contenido en redes sociales y estrategias de marketing digital.

Este hallazgo nos proporciona una sólida indicación de que estos artistas independientes, el 46%, podrían convertirse en nuestros potenciales clientes, es decir 26. Al expresar su interés en externalizar las tareas relacionadas con el marketing digital, demuestran una necesidad clara de apoyo en esta área para poder enfocarse en su verdadera pasión: la música.

A través de nuestros servicios de marketing digital especializados para artistas independientes, nos proponemos brindarles la oportunidad de liberarse de las tareas tediosas y exigentes del ámbito digital. Nuestro objetivo es ayudarles a promover su música de manera efectiva, alcanzar una mayor audiencia y crear una sólida presencia en línea, mientras ellos se concentran en su talento creativo.

Aunque los datos estadísticos específicos sobre la cantidad de artistas independientes en Europa son limitados, la respuesta positiva y el interés manifestado por los participantes en nuestra encuesta respaldan la existencia de una demanda potencialmente significativa para nuestros servicios. Nos enfocaremos en aprovechar esta oportunidad y brindar soluciones adaptadas a las necesidades únicas de los artistas independientes en el ámbito del marketing digital.

Nuestro enfoque estratégico y personalizado, respaldado por el conocimiento y la experiencia en el campo del marketing digital, nos posiciona como un socio confiable y competente para ayudar a los artistas independientes a alcanzar sus objetivos y destacarse en el competitivo mundo de la música actual.

## 8.2. Previsiones

### 8.2.1. Cuenta de provisiones de tesorería

Para la cuenta de provisiones se realizó un cuadro donde están presentes conceptos como el saldo inicial con el que comenzamos el negocio, el total de cobros y el total de pagos:

<b>PREVISIONES DE TESORERÍA</b>														
<b>CONCEPTO</b>	<b>MES 0</b>	<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>MES 3</b>	<b>MES 4</b>	<b>MES 5</b>	<b>MES 6</b>	<b>MES 7</b>	<b>MES 8</b>	<b>MES 9</b>	<b>MES 10</b>	<b>MES 11</b>	<b>MES 12</b>	<b>ANUAL</b>
<b>SALDO INICIAL</b>														
Cobros por las ventas	0.00	900.00	5,300.00	5,300.00	7,800.00	7,100.00	15,600.00	19,900.00	19,500.00	44,000.00	38,300.00	45,300.00	47,800.00	256,800.00
Otros cobros: IVA repercutido	0.00	189.00	1,113.00	1,113.00	1,638.00	1,491.00	3,276.00	4,179.00	4,095.00	9,240.00	8,043.00	9,513.00	10,038.00	53,928.00
Captación de patrimonio neto	2,980.33													2,980.33
Captación de subvenciones	0.00													0.00
Captación de deuda bancaria	8,000.00													8,000.00
Otros cobros (por otros conceptos que supongan entrada de caja)	2,000.00													2,000.00
<b>TOTAL COBROS (+)</b>	<b>12,980.33</b>	<b>1,089.00</b>	<b>6,413.00</b>	<b>6,413.00</b>	<b>9,438.00</b>	<b>8,591.00</b>	<b>18,876.00</b>	<b>24,079.00</b>	<b>23,595.00</b>	<b>53,240.00</b>	<b>46,343.00</b>	<b>54,813.00</b>	<b>57,838.00</b>	<b>323,708.33</b>
Pagos por compras/aprovisionamientos	5,821.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5,821.67
Pagos fijos (nóminas, seguros, alquileres, márketing...). Lo que se conoce como SG&A, véase página anterior.	0.00	4,983.33	4,983.33	4,983.33	4,983.33	7,193.33	7,193.33	7,193.33	7,193.33	11,613.33	11,613.33	11,613.33	11,613.33	95,160.00
Pagos variables	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pagos por los gastos de arranque en t=0 (sólo ocurren en t=0)	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	500.00	0.00	0.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	7,500.00
Pagos por costes financieros	0.00	53.50	52.01	50.52	49.04	47.55	46.07	44.58	43.09	41.61	40.12	38.64	37.15	543.88
Pagos por Inversiones (=CAPEX)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pagos por IVA soportado	1,222.55	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,222.55

Pagos por Tributos (liquidación Impuesto de Sociedades)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	150.00	0.00	0.00	60.00	0.00	0.00	0.00	0.00	210.00
Pagos por Tributos (liquidación IVA)	0.00	189.00	1,113.00	1,113.00	1,638.00	1,491.00	3,276.00	4,179.00	4,095.00	9,240.00	8,043.00	9,513.00	10,038.00	53,928.00
Pagos por dividendos (pay-out)	0.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	4,680.00
Pagos por devolución del principal del préstamo bancario	0.00	193.48	194.97	197.46	197.94	199.43	200.91	202.40	203.89	205.37	206.86	208.34	209.83	2,420.88
Otros conceptos que supongan salidas de caja	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,950.00
<b>TOTAL PAGOS (-)</b>	<b>8,194.22</b>	<b>6,959.31</b>	<b>7,883.31</b>	<b>7,884.31</b>	<b>7,908.31</b>	<b>9,621.31</b>	<b>11,256.31</b>	<b>12,659.31</b>	<b>12,635.31</b>	<b>22,140.31</b>	<b>20,943.31</b>	<b>22,413.31</b>	<b>22,938.31</b>	<b>173,436.98</b>
SALDO NETO CAJA	4,786.11	-5,870.31	-1,470.31	-1,471.31	1,529.69	-1,030.31	7,619.69	11,419.69	10,959.69	31,099.69	25,399.69	32,399.69	34,899.69	<b>150,271.35</b>
SALDO FINAL (inicial + saldo neto)	4,786.11	-5,870.31	-1,470.31	-1,471.31	1,529.69	-1,030.31	7,619.69	11,419.69	10,959.69	31,099.69	25,399.69	32,399.69	34,899.69	<b>150,271.35</b>

Elaboración propia | Tabla 12. Previsiones de tesorería

De esta forma, se puede saber que el saldo final anual será de **150.271,35€**.

### 8.2.2. Cuenta de resultado

<b>CUENTA PREVISIONAL DE RESULTADOS</b>													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
<b>Ingresos</b>	900.00	5,300.00	5,300.00	7,800.00	7,100.00	15,600.00	19,900.00	19,500.00	44,000.00	38,300.00	45,300.00	47,800.00	256,800.00
Ingresos por ventas	900.00	5,300.00	5,300.00	7,800.00	7,100.00	15,600.00	19,900.00	19,500.00	44,000.00	38,300.00	45,300.00	47,800.00	256,800.00
Otros ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Gastos de explotación</b>	11086.12	5264.45	5264.45	5264.45	8199.45	7599.45	7599.45	7659.45	13169.45	12269.45	12269.45	12269.45	107915.01
Consumo de existencias	5821.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5821.67
Gastos de personal	4983.33	4983.33	4983.33	4983.33	7193.33	7193.33	7193.33	7193.33	11613.33	11613.33	11613.33	11613.33	95160.00
Amortizaciones	48.28	48.28	48.28	48.28	48.28	48.28	48.28	48.28	48.28	48.28	48.28	48.28	579.34
Arrendamientos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Suministros	207.00	207.00	207.00	207.00	332.00	332.00	332.00	332.00	582.00	582.00	582.00	582.00	4484.00
Reparaciones y conservación	0.00	0.00	0.00	0.00	150.00	0.00	0.00	60.00	0.00	0.00	0.00	0.00	210.00
Material de oficina	0.00	0.00	0.00	0.00	450.00	0.00	0.00	0.00	900.00	0.00	0.00	0.00	1350.00
Tributos y tasas	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Seguros	25.83	25.83	25.83	25.83	25.83	25.83	25.83	25.83	25.83	25.83	25.83	25.83	310.00
Otros gastos													
<b>Beneficios antes de intereses</b>	-10,186.1	35.55	35.55	2,535.56	-1,099.5	8,000.56	12,300.5	11,840.56	30,830.5	26,030.56	33,030.56	35,530.56	148,884.99



<b>Impuestos (BAII)</b>	2				45		56		6				
<b>Gastos financieros</b>	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	2963.76
Intereses de deudas	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	246.98	2963.76
<b>Beneficio antes de impuestos BAI</b>	-10,433.10	-211.43	-211.43	2,288.58	-1,346.43	7,753.58	12,053.58	11,593.58	30,583.58	25,783.58	32,783.58	35,283.58	145,921.23
<b>Impuestos de sociedades (Los dos primeros años es del 15%)</b>	-1564.96425	-31.71375	-31.71375	343.28625	-201.96375	1163.03625	1808.03625	1739.03625	4587.53625	3867.53625	4917.53625	5292.53625	21888.1845
<b>Beneficio después de impuestos</b>	-8,868.13	-179.71	-179.71	1,945.29	-1,144.46	6,590.54	10,245.54	9,854.54	25,996.04	21,916.04	27,866.04	29,991.04	124,033.05

Elaboración propia | Tabla 13. Cuenta de resultados

Tras haber realizado esta tabla y ya ha sido analizada, podemos concluir que la estimación de los beneficios después de impuestos de la agencia tras el primer ejercicio, que coincide siendo el primer año de vida de la misma, se obtiene un beneficio de 124.033,05€.

### 8.2.3. Previsiones de amortización

Se ha tomado la decisión de amortizar dos equipos informáticos durante un período de 3 años.

El primero de ellos es un ordenador Apple con un valor de 1.961€. A lo largo de cada año, se pagará una cuota de amortización de 539,67€. Esta cuota anual permite reflejar de manera adecuada el desgaste y la pérdida de valor que experimenta el ordenador a medida que es utilizado.

Además, se ha amortizado un monitor Samsung con un valor de 119€. La cuota anual de amortización para este equipo es de 39,67€. Esta asignación de cuotas ayuda a reflejar de manera precisa la depreciación del monitor a medida que pasa el tiempo.

La decisión de amortizar estos equipos informáticos proporciona diversos beneficios. En primer lugar, permite tener un control financiero más efectivo al reflejar adecuadamente la pérdida de valor de los activos a lo largo del tiempo. También ayuda a gestionar mejor los activos al planificar su reemplazo o actualización en el momento adecuado.

Además, la amortización permite cumplir con las regulaciones contables y fiscales correspondientes. Al reflejar de manera adecuada la depreciación de los activos, se asegura una presentación precisa de nuestros estados financieros y cumpliendo con las obligaciones tributarias establecidas.

<b>Tabla de amortizaciones no corrientes</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Valor inicial</b>	<b>Amortización Año 1</b>	<b>Amortización Año 2</b>	<b>Amortización Año 3</b>
<b>Softwares y Licencias</b>	2,426.28€	2,426.28€		
<b>Mantenimiento de la web y dominio</b>	1,316.05€	1,316.05€		
<b>Branding y diseño</b>	1,500€	1,500€		
<b>Equipos informáticos (Ordenador Apple)</b>	1,619€	539.67€	539.67€	539.67€
<b>Equipos informáticos (Monitor Samsung)</b>	119€	39.67€	39.67€	39.67€
<b>TOTAL</b>	<b>6,980.33€</b>	<b>579.34€</b>	<b>579.34€</b>	<b>579.34€</b>

Elaboración propia | Tabla 14. Tabla de amortizaciones no corrientes

#### 8.2.4. Previsiones de costes de personal

A continuación se presenta un cuadro donde se refleja el coste del personal de la agencia. Principalmente se contará desde el principio con 3 empleados, los cuales son los socios y fundadores de la agencia. Según la actividad de la empresa vaya creciendo, se irán incorporando durante el año nuevos empleados como se ha representado en la cuenta previsional de resultados.

En primer lugar se presentan los 3 fundadores, los cuales recibirán un salario base de 2.333,33€ mensuales. Este salario está compuesto por 2.000 euros de salario, multiplicado por 14 pagas y dividido por 12, que serán los meses en los que se entregue el salario a los empleados. Adicional se cuenta con 500 euros de complementos para cada uno de ellos y unos beneficios correspondientes a las previsiones multiplicada por el 5% que le corresponde a cada socio, que según los resultados obtenidos, asciende a 516,80€. Por último, la Seguridad Social a cargo de la empresa son 700 euros, cálculo que se obtiene en base al salario base por el 30%. En total, a la empresa le cuesta al mes cada socio 3.533,33€.

Por último, los empleados que se irán incorporando durante el año, que ocuparán los puestos de: Digital Marketing manager; Social media manager y Data Science manager, recibirán un salario base de 1.700€. La Seguridad Social a cargo de la empresa realizando el mismo cálculo del 30%, será de 510€. A la agencia le supondrá un coste mensual de 2.210€ cada mes por cada uno de los empleados.

<b>EMPLEADOS</b>						
	Puesto	Salario base	Complementos	Beneficios	SS / mes	Total/mes (Por parte de la empresa)
Marcello Sebastian Guerrero	CEO	2,333.33	500.00	516.80	700.00	3,533.33
Alberto Primo	CEO	2,333.33	500.00	516.80	700.00	3,533.33
Marco Cofrades	Diseñador gráfico	2,333.33	500.00	516.80	700.00	3,533.33
Empleado 1	Social media manager	1,700.00			510.00	2,210.00
Empleado 2	Digital marketing manager	1,700.00			510.00	2,210.00
Empleado 3	Data science manager	1,700.00			510.00	2,210.00

Elaboración propia | Tabla 15. Previsiones de costes de personal

### 8.2.5. Punto muerto

Para el punto muerto es necesario utilizar costes fijos y variables, al tener 0 costes variables, únicamente es necesario ingresar cada mes la misma cantidad que los costes fijos que existen. De esta forma nos encontraremos en el punto 0, donde los ingresos son los mismos que los gastos fijos de ese mes. A continuación, se detalla el punto muerto de todos los meses para la agencia:

<b>PUNTO MUERTO</b>				
<b>Mes</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Costes fijos</b>	<b>Margen de contribución</b>	<b>Punto muerto</b>
1	900	6959.31	-6059.31	6959.31
2	5300	7883.31	-1659.31	7883.31
3	5300	7884.31	-2583.31	7884.31
4	7800	7908.31	-84.31	7908.31
5	7100	8225.98	-808.31	8225.98
6	15600	9860.98	7374.02	9860.98
7	19900	11263.98	10039.02	11263.98
8	19500	11239.98	8236.02	11239.98
9	44000	20744.98	23255.02	20744.98
10	38300	19547.98	18752.02	19547.98
11	45300	21017.98	24282.02	21017.98
12	47800	21542.98	26257.02	21542.98

Elaboración propia | Tabla 16. Punto muerto

## 8.3. Cálculos

### 8.3.1. Impuestos sobre el Valor Añadido

La realización de la liquidación del IVA trimestral es un requisito legal y una obligación fiscal que deben cumplir las empresas. Esta liquidación consiste en calcular el importe del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) que se ha recaudado en las operaciones realizadas durante el trimestre y determinar si se ha generado un saldo a favor de la empresa o si se debe realizar un pago a Hacienda.

Donde se han realizado los cálculos correspondientes a la actividad de la empresa y se obtiene un resultado negativo en cada trimestre (-276,15€ en el primer trimestre, -6.096,09€ en el segundo trimestre, -17.223,46€ en el tercer trimestre y -27.227,34€ en el cuarto trimestre), indica que la empresa ha recaudado menos IVA del que ha pagado en cada uno de esos periodos.

Por lo tanto, según estos cálculos, la empresa tendría la obligación de pagar a Hacienda los importes correspondientes a cada trimestre (-276,15€ en el primer trimestre, -6.096,09€ en el segundo trimestre, -17.223,46€ en el tercer trimestre y -27.227,34€ en el cuarto trimestre).

<b>LIQUIDACIÓN TRIMESTRAL DE IVA</b>				
	<b>1º Trimestre</b>	<b>2º Trimestre</b>	<b>3º Trimestre</b>	<b>4º Trimestre</b>
<b>IVA a compensar en periodos anteriores</b>	785.8893			
<b>IVA repercutido</b>	2415	6405	17514	27594
<b>IVA soportado</b>	1352.9607	308.91	290.535	366.66
<b>Resultado de la liquidación</b>	<b>-276.15</b>	<b>-6096.09</b>	<b>-17223.465</b>	<b>-27227.34</b>

Elaboración propia | Tabla 17. Impuestos sobre el Valor Añadido

### 8.3.2. Balance provisional

Tras finalizar el primer ejercicio correspondiente del año y tras realizar todas las cuentas necesarias de la agencia, se ha realizado el balance provisional. En él se cuentan con muchos gastos que corresponden a la renovación de licencias y mantenimientos, y además aumenta el gasto en equipos informáticos de cara al siguiente ejercicio debido a la incorporación de nuevos empleados en la agencia.

Por otro lado, ya podemos contar con el resultado del ejercicio anterior que incluimos en el patrimonio neto, y en el pasivo corriente aparece el resto del préstamo bancario a 3 años, tras el primer año de pago.

<b>Balance de situación</b>			
<b>Activo no corriente (Inmovilizado)</b>	<b>10456.33</b>	<b>Patrimonio Neto</b>	<b>136,501.64</b>
<b>Inmovilizaciones intangibles</b>	5242.33	Capital Social	2980.33
		Resultado del ejercicio	133,521.31
Softwares y licencias	2426.28	<b>Pasivo no corriente</b>	<b>5,927.52</b>
Mantenimiento de la web y dominio	1316.05	Préstamo bancario a L/P	5,927.52
Branding y diseño	1500	<b>Pasivo corriente</b>	<b>29461.19</b>
<b>Inmovilizaciones tangibles</b>	5214	Accionistas	2000
Equipos informáticos	5214	Adm. Públicas	27,461.19
<b>Activo Corriente (Circulante)</b>	<b>161,434.02</b>		
Tesorería	161,434.02		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>171,890.35</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>171,890.35</b>

Elaboración propia | Tabla 18. Balance provisional

## 8.4. Análisis del resultado del ejercicio a los efectos de la viabilidad del negocio

De acuerdo con nuestras proyecciones, se espera que en el primer año de operación nuestra agencia de marketing digital para artistas musicales independientes alcance un beneficio neto después de impuestos de 124.033,05€. Este resultado tiene un impacto significativo en la viabilidad de nuestro negocio y merece un análisis detallado.

En primer lugar, es importante destacar que lograr un beneficio tan positivo demuestra la efectividad de nuestra estrategia empresarial y confirma la demanda existente en el mercado. Esto nos posiciona como una empresa competitiva y valida la importancia de nuestros servicios en la industria musical. Además, el beneficio obtenido nos proporciona una base financiera sólida para invertir en el crecimiento y desarrollo continuo de la agencia. Podremos destinar recursos a mejorar nuestros servicios, expandir nuestra cartera de clientes y fortalecer nuestra posición en el mercado. Asimismo, este resultado positivo nos brinda la capacidad de invertir en la formación y capacitación de nuestro equipo, lo cual contribuirá a mejorar aún más la calidad de nuestros servicios y mantenernos al día en un entorno empresarial en constante cambio.

Es importante considerar que la evaluación de la viabilidad del negocio debe abarcar otros aspectos más allá del beneficio financiero. Factores como la sostenibilidad a largo plazo, el crecimiento sostenido de los ingresos, el control de costos, la satisfacción del cliente y la capacidad de adaptación a los cambios del mercado también deben ser tenidos en cuenta.



## 9. Opinión personal

En nuestra perspectiva personal, al evaluar la viabilidad económica de la agencia y considerando nuestra pasión tanto por la música como por el marketing, nos entusiasma la idea de convertir este proyecto en una realidad. Aunque inicialmente no tenemos la intención de expandirnos a gran escala, creemos que es una aventura que deseamos emprender, incluso con un número reducido de clientes.

Durante la ejecución de este proyecto, hemos descubierto nuevas formas de combinar nuestros intereses y hemos observado a través de las encuestas que existen personas que realmente necesitan y desean contratar los servicios que ofrecemos. Esto nos brinda una excelente oportunidad para comenzar en un nivel más pequeño, trabajando con clientes piloto para obtener experiencia y lograr resultados concretos.

Tenemos plena confianza en la capacidad de crecimiento y desarrollo de nuestra agencia a medida que adquiramos experiencia y construyamos una sólida reputación en el mercado. Esta estrategia nos permitirá ofrecer servicios de alta calidad y adaptados a las necesidades específicas de nuestros clientes.

Además, consideramos que esta oportunidad de emprendimiento nos permitirá explorar nuevas ideas, experimentar con enfoques innovadores y estar en constante aprendizaje. A través de este proceso, esperamos seguir mejorando nuestras habilidades en marketing digital y ampliar nuestro conocimiento en la industria musical.

En resumen, nuestra opinión personal es que este proyecto tiene un gran potencial y una excelente oportunidad de éxito. Estamos emocionados por la posibilidad de comenzar en un nivel más modesto y ver cómo se desarrolla, aprendiendo de cada experiencia y trabajando arduamente para brindar servicios de calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.

## 10. Bibliografía

Apolo, P. (2022). El futuro de la industria musical en la era de la inteligencia artificial.

En: Alsina, Pau (coord.). «Posibles». Artnodes, no. 30. UOC. [Fecha de consulta: 02/05/23]. <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i30.399485>

789ten.com | Make Music Now | Electronic Music Tutorials and Tools. (s. f.).

<https://789ten.com/home>

Bombotá Agency | Web Oficial – La única agencia que tus sueños necesitan. (s. f.).

<https://bombota.co/>

Coppola, M. (2023, 19 enero). Los 10 tipos de sitios web que existen y cuándo

utilizarlos. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/website/tipos-paginas-web>

Cruz Cruz, J. E. (2022). Marketing artístico, los nuevos retos para los artistas,

músicos, DJ, autores, compositores, productores, bandas y solistas para crecer en la industria musical. *Episteme. Revista De divulgación En Estudios Socioterritoriales*, 14(2), 112–119.

<https://doi.org/10.15332/27113833.8385>

De Patentes Y Marcas, O. E. (s. f.). *Oficina Española de Patentes y Marcas -*

*Propiedad industrial*. Oficina Española de Patentes y Marcas.

[https://www.oepm.es/es/propiedad\\_industrial/preguntas\\_frecuentes/FaqSignos14.html?modalidadFaq=modalidad.2#:~:text=El%20coste%2C%20por%20la%20inscripci%C3%B3n,cuestan%20alrededor%20de%2093%20euros](https://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/preguntas_frecuentes/FaqSignos14.html?modalidadFaq=modalidad.2#:~:text=El%20coste%2C%20por%20la%20inscripci%C3%B3n,cuestan%20alrededor%20de%2093%20euros)

*Dispersion PR*. (s. f.). <https://www.dispersionpr.com/>

Enrique, H. T. A. (2015, 27 abril). *La música ambiental: una experiencia sonora*

*calma* y *reflexiva*.

<https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/1012?show=full#:~:text=L%20m%C3%BAsica%20Ambiental%20es%20una,ambiente%20sonoro%20agradable%20y%20relajante>

Fountain, T. M. (2021, 13 septiembre). The Evolution Of The Music Industry — And What It Means For Marketing Yourself As A Musician. *Forbes*.  
<https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/09/13/the-evolution-of-the-music-industry---and-what-it-means-for-marketing-yourself-as-a-musician/?sh=6d208c2d297a>

GoDaddy *Búsqueda de nombres de dominio.* (s. f.).  
<https://es.godaddy.com/domainsearch/find?checkAvail=1&domainToCheck=zephyr>

G-Tech Design. (s. f.). *Guía del diseñador: Uso del contraste en Diseño Gráfico*.  
<https://gtechdesign.net/es/blog/guia-del-disenador-uso-del-contraste-en-diseño-gráfico>

Home - *DNB Academy.* (2023, 22 mayo). DNB Academy.  
<https://www.dnbacademy.net/>

<https://viewgital.com>. (s. f.). *Independiza Música.* Independiza Música.  
<https://www.independizamusica.com/>

HubSpot, Inc. (s. f.). *Precio de Marketing Hub.*  
[https://www.hubspot.es/pricing/marketing/starter?products=marketing-hub-starter\\_1&term=annual](https://www.hubspot.es/pricing/marketing/starter?products=marketing-hub-starter_1&term=annual)

Hyperbits. (2023, 16 marzo). *Hyperbits Online Music Production School - Hyperbits*.  
<https://hyperbits.com/>

*Inicio | UPM Music Innovation.* (s. f.). UPM Music Innovation.  
<https://www.upm.musica.ar/>

Javier. (2021, 3 junio). *¿Qué precio cuesta hacer el diseño de tu página Web? ¡Números exactos!* Xplora.  
<https://www.xplora.eu/precio-hacer-diseno-pagina-web/>

Kawashima, N. (2020). Changing Business Models in the Media Industries. Media Industries Journal:

[https://pdfs.semanticscholar.org/101d/6a490c0840f6cc3fd8bc2db19f235886b6c1.pdf?\\_gl=1\\*mud5a7\\*\\_ga\\*MjcyMTYxMTMxLjE2ODMwNDQ0MTk.\\*\\_ga\\_H7P4ZT52H5\\*MTY4NDA4MDg3Ni43LjEuMTY4NDA4MTcwMi4wLjAuMA](https://pdfs.semanticscholar.org/101d/6a490c0840f6cc3fd8bc2db19f235886b6c1.pdf?_gl=1*mud5a7*_ga*MjcyMTYxMTMxLjE2ODMwNDQ0MTk.*_ga_H7P4ZT52H5*MTY4NDA4MDg3Ni43LjEuMTY4NDA4MTcwMi4wLjAuMA)

Krayzkid. (s. f.). *Reddit - Dive into anything.*

[https://www.reddit.com/r/dnbproduction/comments/xd1pxd/your\\_review\\_of\\_dnb\\_academy\\_mainly\\_their\\_dnb/](https://www.reddit.com/r/dnbproduction/comments/xd1pxd/your_review_of_dnb_academy_mainly_their_dnb/)

*La Caja Visual: ▷ Marketing Musical y Promoción.* (s. f.). <https://lacajavisual.com/>

*Make.* (s. f.). *Make.* <https://www.make.com/en/pricing>

Meganxann. (s. f.). *Reddit - Dive into anything.*

[https://www.reddit.com/r/edmproduction/comments/9k7thp/teammbn\\_production\\_team\\_members/](https://www.reddit.com/r/edmproduction/comments/9k7thp/teammbn_production_team_members/)

Metricool. (2023, 24 mayo). *PRECIOS METRICOOL ▷ Elige tu plan.*

<https://metricool.com/es/premium/>

Murphy, S. (2020). Music marketing in the digital music industries – An autoethnographic exploration of opportunities and challenges for independent musicians:

[https://musikwirtschaftsforschung.files.wordpress.com/2020/04/volume-9-no-1-april-2020-murphy\\_end.pdf](https://musikwirtschaftsforschung.files.wordpress.com/2020/04/volume-9-no-1-april-2020-murphy_end.pdf)

*Music Production & DJ School - London, Los Angeles, Ibiza & Online | Point Blank*

*Music School.* (s. f.). <https://www.pointblankmusicschool.com/>

*Nación Artista - music business & marketing musical.* (s. f.). *Nación Artista - music business & marketing musical.* <https://nacionartista.com/>

*Notion: Planes y precios.* (s. f.). *Notion.* <https://www.notion.so/es-es/pricing>

*Precios y planes empresariales de abono a Creative Cloud | Adobe Creative Cloud.*

(s. f.).

<https://www.adobe.com/es/creativecloud/business-plans.html?plan=team&step=2&newid=713>

*Productos | Google Workspace. (s. f.).*

[https://workspace.google.com/intl/es/features/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=emea-es-all-es-dr-bkws-all-all-trial-b-t1-1011339&utm\\_content=text-ad-none-none-DEV\\_c-CRE\\_513075190783-ADGP\\_Hybrid%20%7C%20BKWS%20-%20BMM%20%7C%20Txt%20~%20G%20Suite%20~%20General%20%238-KWID\\_43700033458598771-kwd-68096262453-userloc\\_9049245&utm\\_term=KW\\_%2Bg%20%2Bsuites-g&ds\\_rl=1289227&ds\\_rl=1259922&ds\\_rl=1289227&gad=1&gclid=CjwKCAjwscGjBhAXEiwAswQqNE92fhMXHu-SEt1ukiuurC3GDC2Z-8U3KPbRc7vfkwDYmZzpuJiAuRoCAu4QAvD\\_BwE&gclidsrc=aw.ds](https://workspace.google.com/intl/es/features/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=emea-es-all-es-dr-bkws-all-all-trial-b-t1-1011339&utm_content=text-ad-none-none-DEV_c-CRE_513075190783-ADGP_Hybrid%20%7C%20BKWS%20-%20BMM%20%7C%20Txt%20~%20G%20Suite%20~%20General%20%238-KWID_43700033458598771-kwd-68096262453-userloc_9049245&utm_term=KW_%2Bg%20%2Bsuites-g&ds_rl=1289227&ds_rl=1259922&ds_rl=1289227&gad=1&gclid=CjwKCAjwscGjBhAXEiwAswQqNE92fhMXHu-SEt1ukiuurC3GDC2Z-8U3KPbRc7vfkwDYmZzpuJiAuRoCAu4QAvD_BwE&gclidsrc=aw.ds)

Roca, M. G. (2022). G Suite Precios: el plan perfecto para tu empresa. *uCloud*.

<https://ucloudglobal.com/blog/g-suite-precios-empresa/>

Sánchez-Saritama , L. ., Ramírez-Meza , G. ., & Novillo-Maldonado, E. . (2021).

Marketing Digital en la industria del entretenimiento musical. 593 *Digital Publisher CEIT*, 6(6), 423-436. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.785>

S, J., & S, J. (2023). Sociedad de responsabilidad limitada: ¿Qué es y cuáles son

sus características? *Economía3*.

[https://economia3.com/sociedad-responsabilidad-limitada/#:~:text=La%20sociedad%20de%20responsabilidad%20limitada%20\(SRL\)%20tambi%C3%A9n%20llamada%20Sociedad%20Limitada,est%C3%A1%20limitada%20al%20capital%20suscrito](https://economia3.com/sociedad-responsabilidad-limitada/#:~:text=La%20sociedad%20de%20responsabilidad%20limitada%20(SRL)%20tambi%C3%A9n%20llamada%20Sociedad%20Limitada,est%C3%A1%20limitada%20al%20capital%20suscrito)

*Soluciones empresariales creativas | Adobe Creative Cloud para equipos.* (s. f.).

[https://www.adobe.com/es/creativecloud/business/teams.html?gclid=CjwKCAjwscGjBhAXEiwAswQqNKmTJSzEpo2lnDO1pDxXpEEDuA225WVn2UrejWxXAJ-vuDhn4p0TZBoCLaEQAvD\\_BwE&mv=search&mv=search&sdid=KQQQV773&ef\\_id=CjwKCAjwscGjBhAXEiwAswQqNKmTJSzEpo2lnDO1pDxXpEEDuA225WVn2UrejWxXAJ-vuDhn4p0TZBoCLaEQAvD\\_BwE:G:s&s\\_kwid=AL!3085!3!596239364597!e!!g!!adobe%20para%20empresas!1445901504!56657225936&gad=1](https://www.adobe.com/es/creativecloud/business/teams.html?gclid=CjwKCAjwscGjBhAXEiwAswQqNKmTJSzEpo2lnDO1pDxXpEEDuA225WVn2UrejWxXAJ-vuDhn4p0TZBoCLaEQAvD_BwE&mv=search&mv=search&sdid=KQQQV773&ef_id=CjwKCAjwscGjBhAXEiwAswQqNKmTJSzEpo2lnDO1pDxXpEEDuA225WVn2UrejWxXAJ-vuDhn4p0TZBoCLaEQAvD_BwE:G:s&s_kwid=AL!3085!3!596239364597!e!!g!!adobe%20para%20empresas!1445901504!56657225936&gad=1)

*Splice.* (s. f.). Splice. <https://splice.com/home>

*Team MBL.* (s. f.). Team MBL. <https://www.teammbi.com/>

## 11. Índice de figuras

Figura 1 (Buyer Persona Albert White).....	43
Figura 2 (Buyer Persona Tsuki) .....	44
Figura 3 (Customer Journey DJ/productor con pocos seguidores).....	48
Figura 4 (Customer Journey Dj/productor con enfoque a largo plazo).....	50
Figura 5 (Mapa de posicionamiento).....	88
Figura 6 (Moodboard).....	93
Figura 7 (Canvas de propuesta de valor).....	94
Figura 8 (Business Model Canvas).....	105
Figura 9 (Logo Zephyr 1).....	123
Figura 10 (Logo Zephyr 2).....	123
Figura 11 (Logo Zephyr 3).....	124
Figura 12 (Símbolo Zephyr 1).....	125
Figura 13 (Logo Zephyr 2).....	125
Figura 14 (Logo Zephyr 3).....	126
Figura 15 (Logo Zephyr 1).....	127
Figura 16 (Colores de Zephyr).....	131
Figura 17 (Concepto de Zephyr).....	132
Figura 18 (Aplicaciones Zephy).....	133
Figura 19 (Aplicaciones Cliente & New Talent Zephyr).....	134
Figura 20 (Web Zephyr).....	135
Figura 21 (Stream Zephyr).....	135
Figura 22 (Tarjetas de presentación Zephyr).....	136
Figura 23 (App Zephyr ).....	138
Figura 24 (Resumen Zephyr).....	138

## 12. Índice de tablas

Tabla 1 (Criterios de ponderación análisis comparativo).....	80
Tabla 2 (Puntuación empresas análisis comparativo).....	83
Tabla 3 (DAFO).....	95
Tabla 4 (Estrategia de Inbound Marketing Zephyr).....	144
Tabla 5 (Balance de situación inicial).....	151
Tabla 6 (Plan de inversiones no corrientes).....	151
Tabla 7 (Cuadro de préstamos) .....	152
Tabla 8 (Pack Básico de Marketing Digital) .....	154
Tabla 9 (Pack de Lanzamiento Musical).....	154
Tabla 10 (Pack de Promoción de Eventos).....	154
Tabla 11 (Pack Completo de Marketing Artístico).....	155
Tabla 12 (Previsiones de tesorería).....	157
Tabla 13 (Cuenta de resultados).....	159
Tabla 14 (Tabla de amortizaciones no corrientes).....	162
Tabla 15 (Previsiones de costes de personal).....	163
Tabla 16 (Punto muerto).....	164
Tabla 17 (Impuestos sobre el Valor Añadido).....	165
Tabla 18 (Balance provisional).....	166



## 13. Índice de gráficos

Gráfico 1 (¿Cuál es tu principal objetivo como artista musical?).....	28
Gráfico 2 (¿Has publicado música por tu propia cuenta?).....	29
Gráfico 3 (¿Prefieres publicar por tu cuenta o mediante una discográfica?).....	30
Gráfico 4 (¿Como de importancia es para ti el marketing como artista?).....	31
Gráfico 5 (¿Todo el marketing relacionado con tu faceta de artista lo llevas a cabo tú?).....	32
Gráfico 6 (¿Te gustaría dedicarle más tiempo a tu música en vez de gastar tiempo preparando todas las campañas de lanzamientos, contenidos de RRSS, estrategias?).....	33
Gráfico 7 (¿Qué aspectos del marketing digital consideras más importantes para tu carrera musical?).....	36
Gráfico 8 (¿Cuáles son los desafíos más grandes que enfrentas como artista musical en términos de marketing y promoción?).....	37
Gráfico 9 (¿Qué tipo de servicios de marketing digital considerarías contratar para impulsar tu carrera musical?).....	39
Gráfico 10 (¿Qué valoras más al elegir una agencia de marketing digital para artistas musicales?).....	40
Gráfico 11 (Gráfico de préstamos).....	153