

Tarea para EIE03.



Jesús Lugo Lopez
Rashi Chugani Narwani
Marina Giacomaniello Castro

2º DAW

Índice

Diagnóstico inicial.	2
Caracterización general del sector de actividad	2
Consumidores	2
La demanda	3
Proveedores e Intermediarios	3
Competencia	3
Conclusiones: diagnóstico de la situación inicial	4
Referencias al material consultado	4
Misión y objetivos.	5
Misión	5
Objetivos	5
Estrategias de marketing.	6
El producto	6
El precio	6
Distribución	7
Comunicación	7
Presupuesto.	8
Inversiones iniciales	8
Costos operativos mensuales	8

Diagnóstico inicial.

Caracterización general del sector de actividad

El sector de la música digital está dominado por plataformas de streaming, que permiten el acceso inmediato a millones de canciones. Este sector ha visto un crecimiento sostenido debido a la penetración de Internet, el aumento de dispositivos móviles y el cambio de hábitos de consumo, con una clara preferencia por el acceso a contenido digital en lugar de la compra física. Además, la música independiente y las plataformas que apoyan a artistas emergentes están ganando popularidad, generando oportunidades para negocios como **Letterbox de Música**, que ofrece un espacio de descubrimiento y comunidad alrededor de la música.

Las tendencias actuales incluyen el uso de inteligencia artificial para recomendaciones personalizadas, la creciente importancia de las redes sociales para la promoción musical, y la necesidad de plataformas éticas y sostenibles, lo que también ofrece una ventaja competitiva a servicios especializados.

Consumidores

Los consumidores potenciales de Letterbox de Música incluyen:

- **Amantes de la música** que buscan nuevas canciones y artistas emergentes.
- **Artistas independientes** que desean un espacio donde puedan ser descubiertos.
- **Millennials y la Generación Z**, que son los principales usuarios de plataformas de streaming, valorando la personalización, la comunidad y la interactividad.
- **Curadores de contenido** interesados en crear y compartir listas de reproducción especializadas o nicho.

La demanda

La demanda de plataformas de música digital sigue en crecimiento, especialmente aquellas que proporcionan una experiencia de descubrimiento musical única. A medida que los consumidores buscan diferenciarse y explorar nuevos géneros y artistas, las plataformas que ofrecen curaduría musical personalizada y apoyo a artistas independientes tienen una ventaja. Además, hay una creciente demanda por experiencias interactivas y colaborativas en la música.

Proveedores e Intermediarios

- Proveedores de contenido musical: las principales fuentes serán artistas independientes, sellos discográficos pequeños y distribuidores de música que permitan la licencia de uso de su catálogo.
- Intermediarios tecnológicos: empresas de hosting y servicios de streaming que proporcionen la infraestructura para manejar grandes volúmenes de tráfico y almacenamiento de música.
- Proveedores de pago: sistemas de gestión de suscripciones y pagos, como Stripe o PayPal.

Competencia

El entorno competitivo está marcado por gigantes como Spotify, Apple Music y YouTube, que ofrecen bibliotecas masivas de música y servicios de streaming. Sin embargo, existen plataformas más especializadas que se centran en nichos específicos, como SoundCloud y Bandcamp, orientadas hacia artistas emergentes e independientes. El reto para Letterbox de Música será diferenciarse por ofrecer una experiencia más personalizada, comunitaria y centrada en la curaduría de contenidos.

Conclusiones: diagnóstico de la situación inicial

Letterbox de Música se enfrenta a un mercado competitivo, pero con una demanda creciente por experiencias musicales únicas y de nicho. Al centrarse en la comunidad, la curaduría de artistas emergentes y un enfoque ético y sostenible, el negocio puede ocupar una posición distintiva dentro de este sector en crecimiento.

Referencias al material consultado

El diagnóstico se basa en estudios de mercado del sector musical digital, análisis de tendencias de consumo, y la observación de competidores clave como Spotify, Apple Music y plataformas especializadas como SoundCloud y Bandcamp.

Misión y objetivos.

Misión

La misión de **Letterbox de Música** es proporcionar una plataforma accesible y personalizada donde los usuarios puedan descubrir, compartir y apoyar a artistas emergentes de todo el mundo, fomentando la diversidad musical y construyendo una comunidad inclusiva.

Objetivos

1. Desarrollar una base sólida de usuarios que valoren la curaduría musical y la interactividad en la plataforma.
2. Crear alianzas con al menos 100 artistas emergentes en los primeros dos años.
3. Alcanzar un crecimiento mensual del 10% en la comunidad de usuarios activos durante el primer año.
4. Ofrecer un servicio sostenible, con un enfoque en la responsabilidad social y el uso de tecnología verde.

Estrategias de marketing.

El producto

El producto principal de Letterbox de Música es una plataforma digital donde los usuarios pueden descubrir nueva música, crear listas de reproducción personalizadas, y participar en una comunidad interactiva. Los artistas pueden promocionar su música y obtener visibilidad, mientras los usuarios pueden descubrir nuevas tendencias y géneros musicales emergentes.

Características clave:

- Curaduría de música por género, artistas y temáticas.
- Recomendaciones personalizadas usando inteligencia artificial.
- Espacios interactivos para comentarios y reseñas de música.
- Funciones de descubrimiento de artistas independientes.

El precio

La plataforma adoptará un modelo freemium:

- **Gratis:** Acceso básico a la plataforma, con funcionalidades limitadas (anuncios, acceso restringido a funciones premium).
- **Suscripción Premium:** Ofrecer una experiencia sin anuncios, acceso a funciones avanzadas como listas de reproducción personalizadas ilimitadas, acceso a eventos exclusivos con artistas y contenido adicional.

El precio de la suscripción premium será competitivo, aproximadamente entre 4.99 € y 9.99 € al mes, dependiendo de las funciones adicionales que se ofrezcan.

Distribución

La plataforma será accesible a través de:

- Aplicaciones móviles (iOS y Android).
- Versión web optimizada para desktop y móviles.
- Posibilidad de integraciones futuras con altavoces inteligentes (Alexa, Google Home).

Comunicación

Estrategia de comunicación multicanal:

- **Redes sociales** (Instagram, TikTok, Twitter): Crear campañas centradas en la promoción de nuevos artistas y listas de reproducción colaborativas.
- **Marketing de influencers**: Colaboraciones con microinfluencers en el ámbito musical para ampliar el alcance.
- **SEO y SEM**: Optimizar el contenido web para motores de búsqueda y realizar campañas de publicidad pagada en Google y redes sociales.
- **Email marketing**: Ofrecer newsletters con recomendaciones personalizadas y novedades de artistas.

Además, organizar eventos online como **conciertos virtuales** o **charlas con artistas** para atraer a la comunidad.

Presupuesto.

Inversiones iniciales

- **Desarrollo de la plataforma:** 19,000 € (incluye diseño web, aplicación móvil, pruebas y optimización).
- **Marketing digital:** 4,750 € en los primeros tres meses para campañas de social media, SEO y publicidad pagada.
- **Alianzas y contenido:** 2,850 € para el reclutamiento de artistas y creación de contenido original.
- **Costes de servidores y tecnología:** 1,900 € iniciales para infraestructura tecnológica.
- **Legales y derechos de autor:** 4,750 € en gastos relacionados con licencias de música y términos legales.

Costos operativos mensuales

- **Hosting y servidores:** 475 €/mes
- **Publicidad digital:** 950 €/mes
- **Mantenimiento y actualizaciones de la plataforma:** 1,425 €/mes
- **Soporte técnico y atención al cliente:** 950 €/mes

Total estimado de presupuesto inicial: 33,250 €