**Escuela Técnica N°2 - Mar del Plata**

****

**Emprendimientos Productivos**

**Proyecto:**

**Tu Sonido**

**Autor:**

**Franco José Ariel Carrizo**

**Maestro:**

**Luis Tessone**

# INDICE

INDICE

[INDICE 2](#_Toc128478019)

[RESUMEN EJECUTIVO 5](#_Toc128478022)

[Resumen Ejecutivo: 6](#_Toc128478023)

[DESCRIPCION DEL NEGOCIO 8](#_Toc128478024)

[Estructura legal: 9](#_Toc128478025)

[Plan estratégico: 9](#_Toc128478026)

[FODA 9](#_Toc128478027)

[Empaty Map 10](#_Toc128478028)

[Modelo Canvas 11](#_Toc128478029)

[ANALISIS DE LA INDUSTRIA 13](#_Toc128478030)

[5 Fuerzas de Porter 14](#_Toc128478031)

[Amenaza de nuevos competidores – Medio-Baja: 14](#_Toc128478032)

[Amenaza de sustitutivos para los productos o servicios – Baja: 14](#_Toc128478033)

[Poder de negociación de los clientes – Medio-Baja: 14](#_Toc128478034)

[Poder de negociación de los proveedores – Alta-Baja: 14](#_Toc128478035)

[Estudio de la Competencia Directa: 15](#_Toc128478036)

[ANALISIS DEL MERCADO 16](#_Toc128478037)

[A quienes nos dirigimos: 17](#_Toc128478038)

[Demanda del mercado: 17](#_Toc128478039)

[Producto: 17](#_Toc128478040)

[Nuestros Competidores: 17](#_Toc128478041)

[PLAN DE MARKETING 18](#_Toc128478042)

[Marketing Estratégico: 19](#_Toc128478043)

[Ventaja Competitiva: 19](#_Toc128478044)

[Segmentación “Mi Buyer Persona”: 19](#_Toc128478045)

[PLAN DE OPERACIONES 20](#_Toc128478046)

[PLAN FINANCIERO Y 22](#_Toc128478047)

[FUENTES DE FINANCIAMIENTO 22](#_Toc128478048)

[PLAN DE CONTINGENCIA 24](#_Toc128478049)

[ANEXOS 26](#_Toc128478050)

# RESUMEN EJECUTIVO

## Resumen Ejecutivo:

Es este plan de negocios encontraran toda la información acerca de mi negocio, negocio el cual lleva el nombre "TuSonido", porque este nombre?, elegí este nombre pensando en nuestros clientes, si bien los samples packs adquiridos por ellos son creados por nosotros, nuestros compradores los utilizaran y les darán sus retoques y de esa forma obtendrán su sonido por eso el nombre TuSonido.

Más adelante se puede conocer cómo serán nuestros clientes, sus gustos, sus objetivos y otras cosas.

Además de lo contado previamente, también les explicaremos sobre la competencia que tenemos en el mercado y quienes son nuestros más grandes competidores

# DESCRIPCION DEL NEGOCIO

## Estructura legal:

Este es un negocio propio el cual está encabezado por el momento de una sola persona Franco José Ariel Carrizo. Para un futuro tengo pensado incorporar personas, para poder seccionar el negocio y tener mejor control en cada área.

## Plan estratégico:

**Misión**: brindarles a nuestras personas la posibilidad de tener acceso a nuestros productos a un precio justo y sin necesidad de pagos a monedas extranjeras, de esta forma lograr a nuestros locales una mejor comodidad anoa hora de los pagos

**Visión**: poder ser una de las primeras organizaciones en la venta de plugins y sample packs en Argentina en tener un gran reconocimiento en lo internacional

**Producto o Servicio**: en nuestra organización tendremos productos para músicos y productores, entre nuestros productos se encuentran:

Samples packs: paquetes de sonidos como: FX

Drums packs: paquetes de batería de diversos géneros como pueden ser: reggaeton-trap-cumbia-house-edm-etc

Vocal packs: paquete con breves sonidos vocales para dar un extra al beat

También contaremos con un servicio gratuito de cómo realizar la instalación de nuestros productos y un servicio para poder tener una muestra free antes de realizar sus compras

## FODA

|  |  |
| --- | --- |
| Fortalezas | Oportunidades |
| Primer mercado en venta de sonidos con gran potencial en Argentina | Poder colaborar con productores y músicos para crear nuevos sonidos |
| El crecimiento de la escena musical Argentina | Ser la primer organización especializada Argentina en ser reconocida mundialmente |
|  |  |
| Debilidades | Amenazas |
| Poco reconocimiento en el mercado | Organizaciones con mayor reconocimiento |
| Empresa pequeña |  |
|  |  |

## Empaty Map

**¿Qué piensa y siente?**

Tener un gran crecimiento musical

Llegar a muchísimas personas

**¿Qué escucha?**

Que horrible sonido

Seguí así

**¿Qué ve?**

Spotify

Youtube

**¿Qué dice y hace?**

Comparte su progreso en redes sociales

Interactúa con su público a través de sus redes

**Beneficios**

Lograr que sus proyectos lleguen a las personas

**Dolor**

No lograr su objetivo

**Realizado por:** Franco José Ariel Carrizo **Proyecto:** Tu Sonido **Fecha:** 29

## Modelo Canvas



Productores musicales

Músicos

Dj

Varios métodos de pagos para personas de diferentes países

Variedad de géneros en los samples packs

Personas con edades entre 16 y 30 años

Personas de cualquier parte del mundo, que se dediquen a la música-producción/DJ

Web – Redes Sociales - Mail

Poco trato con el cliente

Buen Servicio

Venta de paquetes de sonidos de diversos géneros

Personal: encargado de la web

Infraestructura: web

Capital:

Tecnología: hosting-wifi-dominio

Paypal – Tarjeta – Transferencias Bancarias

Diseñador web-Programador web-Dominio-Hosting-base de datos-impuestos

# ANALISIS DE LA INDUSTRIA

## 5 Fuerzas de Porter

## Amenaza de nuevos competidores – Medio-Baja:

Si bien sabemos que este es un mercado en donde se encuentran grandes competidores, no es común ver nuevos nombres compitiendo por llegar a lo más alto. Esto sería una gran ventaja a la hora de dar el siguiente paso, porque no tendríamos que preocuparnos en la aparición de nuevos competidores.

## Amenaza de sustitutivos para los productos o servicios – Baja:

En este caso no tendríamos ningún tipo de problema, ya que todos nuestros competidores tampoco tienen ningún sustitutivo para sus productos. Tanto nosotros como nuestros rivales, tenemos productos digitales, es decir productos que se podrían catalizar como de última generación, productos que no se podrían suplantar por varios años.

## Poder de negociación de los clientes – Medio-Baja:

Como bien sabemos, los clientes son nuestro principal recurso, sin ellos no tendríamos ventas y sin ellos no tendríamos este proyecto.

Nuestros clientes si bien tendrán contacto con nuestra empresa a través de mail, es muy difícil ver una presión sobre nosotros, para poder bajar los precios a través de esos medios, si se podría llevar a una mayor escala con las redes sociales. Pero antes de que esto suceda nosotros ejerceremos alguna acción, ¿qué acción? Reducción de costos, promociones, descuentos, siempre y cuando para tener a nuestros clientes felices y satisfechos.

## Poder de negociación de los proveedores – Alta-Baja:

Porque digo que pueden tener mucho o poco poder en la negociación, porque si bien nosotros no contamos con proveedores, podríamos decir que con las personas que trabajamos para crear los samples packs podrían ser de una cierta forma nuestros proveedores, ya que nos comparten sus conocimientos y saberes, y de esta forma podrían tener el poder de negociar con nosotros o no, obviamente se llevaran un porcentaje, porque es un trabajo y ningún trabajo es gratis

## Estudio de la Competencia Directa:

**Splice:** Esta plataforma fue fundada por Matt Aimonetti y Steve Martocci, el 9 de octubre de 2013 tuvo su primer lanzamiento para MacOs y 11 meses después se lanzó una versión para Windows.

En 2016, Splice introdujo Rent-To-Own, que permitía a los usuarios pagar una tarifa mensual para acceder a productos premium como sintetizadores.

En 2019, Splice lanzo su función patentada similar sound, impulsada por IA, que brinda a los usuarios una búsqueda de similitud basada en el aprendizaje automático en todo el mercado de muestras de audio. En noviembre, la empresa presentó una versión móvil de su aplicación en iOS y Andorid.

En 2020, Splice lanzo los Splice Awards inaugurables, reconociendo a artistas en multiples categorías

En mayo de 2022, Steve Martocci renuncio como director ejecutivo y paso a ser presidente ejecutivo y director de estrategia de la empresa, Kakul Srivastava fue nombrado nuevo director ejecutivo de Splice.

# ANALISIS DEL MERCADO

## A quienes nos dirigimos:

Este mercado tiene como público a personas jóvenes y adultas, para ser más específico, a personas que estén relacionadas con el ámbito musical, personas que ejerzan la profesión de músicos, productores/DJ, y por supuesto a personas que no lo sean y estén en proceso de aprendizaje. Este es el principal centro de atención demuestro mercado.

## Demanda del mercado:

Si bien sabemos que no es un mercado muy amplió, sabemos que los pocos que hay son muy buscados por el público específico. En nuestro caso sé que podemos llegar a competir con la pequeña cantidad de competidores que se encuentran, y podemos llegar lejos gracias al enorme crecimiento que tuvo en los últimos años la escena musical en Argentina. Esto no va ayudar a crecer a gran escala, porque podremos realizar colaboraciones con artistas y de esta forma ir ganando reconocimiento a nivel internacional y mundial.

## Producto:

Nuestros productos no serán físicos, es decir que serán digitales, debido a que nuestros productos no deben ser físicos. Son archivos que dentro contienen el producto, y así poder instalarlo de manera sencilla en sus computadoras. Los precios de estos productos en el mercado varían entre los $5 y $50 dólares, como lo más básico (drums, melodías de guitarra, melodías), también se encuentran precios más elevados, en este caso son paquetes o combos, que tienen gran variedad de samples, el precio de estos varía entre los $200 y $1000 dólares

## Nuestros Competidores:

En este mercado tenemos pocos, pero grandes competidores como lo son Cymantics-Splice-Unison, entre otros. Si bien estoy son muy similares a la hora de realizar sus ventas, nosotros tenemos la diferencia en que podemos ser una de las primeras organizaciones Argentinas en competir a gran nivel.

# PLAN DE MARKETING

## Marketing Estratégico:

### Ventaja Competitiva:

Lo que va a hacer que mi producto sea diferente a los demás es que, a la hora de realizar los pagos, nuestros precios van a ser más estables a la hora de la compra local. También contaremos con una gran variedad de sample packs de diversos géneros y con un soporte para las personas que tengan packs creados por ellos mismo y desean generar ingresos, de esta forma también funcionaremos como intermediarios para la venta de sus productos, o en caso que nos interese su trabajo, comprarlo.

### Segmentación “Mi Buyer Persona”:

**“Mi Buyer Persona”**

**Juan Carlos**



**Información Demográfica**

Edad: 24 Años

Sexo: Masculino

Vive: Buenos Aires -Mar del plata

**Sobre el**

- Trabaja de DJ por las noches

- Estudia Produccion Musical

**Metas**

- Hacer canciones con artistas de todo el mundo

- Vivir de la musica

**Frustraciones**

- No tener mucho conocimiento

**Gustos y Aficiones**

- Hacer canciones

- Escuchar música

- Pasar tiempo con amigos

# PLAN DE OPERACIONES

En primer lugar se realizara una verificación y prueba de sonido en nuestros simple packs, para así de esta forma corroborar que todo esté en perfectas condiciones para ser subido, una vez se verifique todo y se dé el OK, pasaremos a la siguiente fase, la fase de publicación, instancia en la cual el producto va a ser subido a la página para que las personas puedan adquirirlos e instalarlos en sus equipos.

En este año no se espera ninguna venta ya que todavía es algo que está en desarrollo, pero esperamos que para los primeros meses del año entrante podamos empezar a vender nuestros productos. En este mismo año también se tiene previsto incorporar a nuevos trabajadores al negocio.

# PLAN FINANCIERO Y

# FUENTES DE FINANCIAMIENTO

En principio no se tiene previsto ningún financiamiento, este es un negocio propio y las cosas básicas como el desarrollo de la página web y la creación de los sample packs, pueden ser creados por mí, lo único necesario en una PC o notebook y empezar a poner en marcha el trabajo

# PLAN DE CONTINGENCIA

# ANEXOS

SAMPLE PACK: es un paquete con varios sonidos que se pueden utilizar para componer beats