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

****

**Emprendimientos Productivos**

**Proyecto:**

**Tu Sonido**

**Autor:**

**Franco José Ariel Carrizo**

**Maestro:**

**Luis Tesone**

**INDICE**

**RESUMEN EJECUTIVO**

1. **Resumen Ejecutivo**

**DESCRIPCION DEL NEGOCIO**

1. **Estructura legal de la empresa**

Este es un negocio propio el cual tiene como principio llegar a personas especializadas o interesadas con el ámbito musical, y de esta forma brindarles un servicio o ayuda para sus futuros y actuales objetivos

1. **Antecedentes**
2. **Organigrama**
3. **Plan estratégico de la empresa**

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, tanto en lo internacional como en lo mundial

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

Sample packs: paquetes de sonidos como: FX-

Drum 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 |  |
|  |  |

**¿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**



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

Personal: encargado de la web

Infraestructura: web

Capital:

Tecnología: hosting-wifi-dominio

Paypal – Tarjeta – Transferencias Bancarias

Venta de paquetes de sonidos de diversos géneros

Poco trato con el cliente

Buen Servicio

Web – Redes Sociales - Mail

Varios métodos de pagos para personas de diferentes países

Personas con edades entre 16 y 30 años

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

Productores musicales

Músicos(cantantes-bateristas-guitarristas-pianistas-etcétera)

Dj

**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**

**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”**

**Juan Carlos**

****

**Frustraciones**

**Gustos y Aficiones**

**Metas**

**Sobre el**

**Información Demográfica**

Edad: 24 Años

Sexo: Masculino

Locación: Buenos Aires -Mar del plata

**PLAN DE OPERACIONES**

**PLAN FINANCIERO Y**

**FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

**PLAN DE CONTINGENCIA**

**ANEXOS**