



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRIQUEZ UREÑA

Facultad de Arquitectura y Artes

Escuela Internacional de Música Contemporánea

**Nobody: Propuesta de negocio para la creación de un artista representado por una persona anónima**

Sustentado por:

Jose Armando Jaar Camilo

Matricula: 17-1663

Trabajo de grado para optar por el título de:

Licenciado en Música Contemporánea

Asesoría metodológica

Hussein Velaides

Septiembre 2022, Santo Domingo, República Dominicana

## Dedicatoria

Este proyecto de grado va dedicado a mi hermano que me dio la primicia sobre el tema y deposito su confianza para poder dejar desarrollar el tema como proyecto de grado para poder ejecutarlo en la posteridad.

También a mis padres por apoyarme al decidir estudiar música a sabiendas de que es una carrera muy arriesgada en este país.

A mis amigos que siempre me apoyan y creen en mi visión sobre todos los proyectos que he hecho.

Finalmente quiero dedicar esto a todas las personas que como yo, se especializaran en una rama como es el negocio musical, para que pongan en alta nuestra bandera y se pueda decir que en la República Dominicana, hay personas con talentos al momento de hablarse del negocio musical.

## Agradecimientos

Quiero agradecer ese proyecto de grado a mi profesor y asesor Hussein Velaides por ser una gran clave para ayudarme a entender la mejor manera para desarrollar este proyecto.

También agradezco al profesor Silvestre De Moya por haber aceptado mi tema para hacerlo mi proyecto de grado y también por una anécdota que ocurrió antes en la cual me encontraba en un momento desesperado porque se me hacía difícil lograr aprobar la materia de guitarra y él me dijo unas palabras que me alentaron a poder pasar la materia.

## Indice

I. Descripción.....	9
II. Motivación .....	9
III. Justificación.....	9
IV. Objetivos.....	10
IV.I. Objetivo general .....	10
IV.II. Objetivos específicos .....	10
V. Alcances .....	10
VI. Metodología.....	11
1. Marco Teórico.....	13
1.1. Antecedentes.....	15
1.2 La Industria Musical a nivel global .....	17
1.3 Marketing para Artistas .....	20
1.4 Artista versus creador .....	24
1.6 NFT musicales .....	25
2. Marco Analítico .....	29
2.1 Mercado objetivo:.....	31
2.2 Competencia directa:.....	34
2.3-Tendencias musicales en República Dominicana .....	34
2.3.1 Youtube .....	35
2.3.2 <i>Spotify</i> .....	36
2.4 Posibles oportunidades de trabajo .....	40
2.5 Ubicación.....	41
2.6 Genero establecido para Nobody .....	42
3. MARCO PROYECTUAL.....	43
3.1 NOBODY .....	45
3.2 Objetivo del proyecto .....	45
3.3 Métodos de ingresos con el uso de los NFT.....	46
3.4 Inversionistas .....	47
3.5 Problemas .....	47
3.5 Análisis FODA .....	48
.....	48

3.6 Métodos de ingreso con regalías .....	48
3.7 Métodos de ingresos por marcas de patrocinio .....	49
3.7.1 Primera Fase del proyecto. ....	50
3.7.2 Segunda Fase del proyecto .....	51
3.7.3 Tercera Fase del proyecto.....	51
3.8 Resumen ejecutivo.....	52
3.9 Modelo Canva .....	52
3.9 Modelo canva.....	54
3.10 Presupuesto de inversión inicial .....	55
3.11 Encuestas .....	58
Conclusión.....	61
Referencias.....	62

# Marco General

## I. Descripción

-El siguiente trabajo propone la creación de un producto musical anónimo representado por varias personas.

## II. Motivación

Este proyecto se creó por la saturación de artistas en la República Dominicana representando un mismo producto. Este proyecto abarca un enfoque totalmente diferente a lo que puede llegar ser un "Artista". Pensé en un proyecto como este ya que es algo nunca hecho en RD y algo muy innovador.

En la actualidad tenemos una variedad de artistas de todo tipo y por eso se quiso crear un proyecto la cual pueda acaparar cualquier género musical y a la vez ser un mismo artista. Se creó esto con el fin de poder arramblar un producto la cual sorprenda a todo el mundo y marque un nuevo inicio en la música, ya que se pretende crear un artista diverso sin restricción de estilo.

## III. Justificación

Este proyecto nació con el objetivo de darle oportunidades a músicos/artistas, de extenderse en el área de la música, específicamente como artista principal, pero de manera anónima sin ser juzgados. Se sabe que el negocio de la música es un ambiente que requiere talento y esfuerzo, pero a veces por factores externos, algunos artistas no desarrollan su talento o se rinden en el intento, pero esta es una oportunidad que se les dará a las personas de aprovechar su talento con una plataforma la cual impulsara su talento al máximo. En la actualidad el área artística se ve opacada por el factor visual, físico y comercial, la cual el artista se convierte en un producto según las tendencias del momento, dejando a un lado el valor musical.

## IV. Objetivos

### IV.I. Objetivo general

- Proponer una imagen única artista través de otros creadores contribuyentes

### IV.II. Objetivos específicos

- Proponer alianzas con marcas
- Analizar la industria musical
- Catalogar diferentes estilos y tendencias
- Analizar posibles candidatos
- Presentar un plan de estructura de negocios
- Exponer plan de sustento mensual a base de regalías mecánicas y digitales

## V. Alcances

Se planteara una propuesta de negocio a las marcas para establecer una alianza para que puedan patrocinar nuestra marca y así formar parte de ella, esto se lograra teniendo buen acercamiento en las redes de tal manera que los “Nobody” se vuelva una plataforma de “Influencer<sup>1</sup>”. Para lograrlo, se analizara la industria musical de manera que se dé una aproximación hacia donde orientar el producto, y donde se enfocara más nuestra música. Los estilos en el cual se especializara el proyecto serán: Reggaetón urbano/balada pop y merengue pop. Se presentará un plan de negocios para tratar de buscar la mejor manera de llevar a cabo esta propuesta.

---

<sup>1</sup> Persona capaz de poder hacer llegar un mensaje a un público grande.



## VI. Metodología

La metodología a utilizar es analítica, utilizando elementos como encuestas, análisis de mercado, así como elementos exploratorios y de recopilación de datos a través de encuesta y entrevistas a expertos en la industria musical.

## Introducción

El presente proyecto de grado muestra la versatilidad de lo que puede llegar a ser un artista trabajado correctamente y de una manera creativa nunca antes vista, ya que cuenta con unos métodos interactivos en las cuales se involucraran como cantante varias personas simultáneamente en el papel de este artista llamado NOBODY. Este es el primer proyecto en el que varias personas le pueden dar vida a un solo artista ya que el Nobody no cuenta con rostro alguno y por lo tanto se tiene la facilidad de poder cambiar de interprete cuantas veces sea posible. La finalidad de hacerlo de esta manera es simplemente para poder crear un artista internacional que pueda ser interpretado por cualquier persona en el mundo simultáneamente. La idea de este proyecto surgió por la necesidad de querer hacer algo musicalmente diferente en la República Dominicana y así poder demostrar que no es solamente un país donde se produce música urbana y merengue, si no, un país capaz de poder adaptarse a cualquier género musical.

# 1. Marco Teórico

### 1.1. Antecedentes.

En el 2019 el trabajo de grado titulado Implementación de un sistema web y móvil para gestión de eventos musicales que emplea herramientas de data *analytics* presentado por Carlos Andrés Hurtado Montenegro en la universidad Pontificia Universidad Católica del Perú para optar por el título de Proyecto de Tesis De grado expone como ha decaído la organización de los espectáculos musicales en Perú, pasando de ser considerada una plaza costosa para implementar espectáculos a nivel regional, hasta volverse una plaza relevante a nivel latino americano gracias a la iniciativa de compañías promotoras y empresas organizadores que ingresaron al medio con fuerte sumas de dinero e inversiones. Sin embargo este crecimiento se vio afectado con la realización de la ausencia de infraestructura correcta para la reiterada ejecución del modelo de negocio. Por ello, estos participantes adoptaron una política de cautela respecto a la organización de espectáculos que involucren grandes sumas de dinero o artistas de convocatoria elevada. Frente a dicha situación, se propuso el proyecto el cual busca brindar a dichos interesados herramientas para el control del proceso de negocio de principio a fin, abarcando cada etapa de pre evento, pasando por la ejecución del evento hasta el análisis de resultados finales del ejercicio. El sistema de gestión se construyó implementando módulos dedicados a dar soporte a cada etapa del proceso de negocio.

En el 2020 el trabajo de maestría titulado Music video: estrategia y posicionamiento de artistas pop en el mercado internacional, 2000 – 2020\_ presentado por García Gutiérrez, Denis Rubén en la universidad Cesar Vallejo para optar por el título de Master en administración de empresa. Basados en el exponente crecimiento económico en la industria musical mundial, referenciados por *la International Federation of the Phonographic Industry*, y la baja atención hacia el posicionamiento de artistas locales y nacionales, debido a una industria en pausado camino a construirse como tal; este aporte se construye en base a un sistémico análisis del mercado internacional para conocer el tipo de producciones musicales y audiovisuales más consumidas dentro del género pop, determinado por *Global Music Report* como el mayor consumido internacionalmente, marcando un horizonte para artistas emergentes. Se configura cualitativo, fenomenológico y descriptivo propositivo. El objetivo general fue determinar la actuación e influencia de la estrategia *music video* en el posicionamiento de artistas pop entre

los años 2000 al 2020. La muestra poblacional estuvo conformada por artistas pop internacionales y sus videos musicales con mayor cantidad de visitas, además de profesionales de la industria musical y audiovisual. Se aplicaron fichas de registro técnico, guías de observación y entrevistas especializadas semi-estructuradas. Finalmente, se concluye que la estrategia de *music video* actúa como potente herramienta comercial e influye directamente en el posicionamiento de artistas mundialmente, teniendo una audiencia preferente por narrativa cinematográfica; proponiendo, ante ello, un arquetipo estructural de producción del mismo, como herramienta gerencial.

Negativamente a los artistas de hoy en día. Todo lo que era los conciertos en vivo desapareció en el año 2020 por causa de la pandemia pero ha vuelto el 2021 y con un reforzamiento mejor todavía, que son las redes sociales como Tik Tok<sup>2</sup> e Instagram. Últimamente millones de artistas se han beneficiado con estas plataformas para sumarle a su carrera musical.

El cierre de las salas de conciertos dio lugar a un gran salto en la transmisión en vivo: las sesiones de producción, sesiones de DJ y conciertos en casa han contribuido a esto. Durante la pandemia, la gente necesitaba más conexiones humanas, aunque fuera mediante la pantalla del ordenador. De este modo la plataforma de Twitch<sup>3</sup> se popularizó mucho en esa época y empezó a crecer. Aun así Instagram y Facebook también se pusieron fuertes en ese tema y brindaron recursos para que los artistas pudieran hacer transmisiones en vivo, incluso Tidal empezó a ofrecer un sistema de conciertos virtuales.

Este formato ofrece múltiples beneficios que posiblemente no se habían llegado a considerar antes de la pandemia. Gracias a estos eventos online, mucha más gente puede asistir sin la necesidad de desplazarse físicamente.

---

<sup>2</sup> Red social de videos

<sup>3</sup> Plataforma de livestream

## 1.2 La Industria Musical a nivel global

Es una red de vínculos que une a los artistas con las disqueras (que son los encargados de distribuir la música para que llegue a su nicho de mercado), también están los creadores de música que son los compositores, productores musicales, área de atención al cliente que son las salas de concierto, plataformas de *streaming* y por último el área de negocios que es donde entra los *manejadores musicales, Agente comercial*, cazatalentos musical entidades de gestión colectivas, distribuidores, etc.

La radio y la tv era el método que todo artista necesitaba para dar ese salto importante que necesitaban en su carrera, no todos tenían la oportunidad de lograr su aparición en la radio y por lo tanto sus carreras no daban el giro que necesitaban en ese entonces. Eso es algo que en la actualidad ocurre de manera constante con los artistas locales, solamente con la pequeña diferencia de que las redes sociales han sustituido más el impacto que puede tener la tv y la radio.

Cita la página especializada en música Arroyo, n.d que el 14 de julio de 1995 nació el formato de audio más extendido y conocido, el MP3. Nada podía hacer pensar a su inventor, Leonardo Chiariglione, un ingeniero italiano, que el mp3 llegaría a cumplir 20 años y su creación supondría la revolución más importante en la industria musical, pero aquí comenzaron las primeras.

Algo que marco mucho la época de la música digital fue el lanzamiento de *Itunes*, una plataforma abalada por Apple que no pudo competir contra la música ilimitada gratuita que ofrecía la piratería. La antigua industria musical estaba en decadencia, ya que la distribución física y los servicios de descargas estaban sufriendo una gran pérdida contra la piratería en internet. Las personas dejaron de pagar por escuchar música y empezaron a disfrutar de la piratería.

Estimaciones de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica, en el año 2008 el 95% de toda la música digital era descargada de forma ilegal. A la vez empezaron a crearse plataformas digitales que luego servirían para los artistas como método de mercadeo como Myspace (2003), Facebook (2004), Youtube (2005) y SoundCloud (2007). Con estas nuevas herramientas de redes sociales, se empezó a tener una forma de cómo medir el éxito que iba teniendo tu música, a través las reproducciones y los “Me gusta”.

De acuerdo a IFPI (Federación Internacional de la Industria Fonográfica) el total de ganancias en Estados Unidos bajaron a la mitad, desde \$14.600 millones en 1999 a \$6.3 billones en 2010. “*The economist*”<sup>4</sup> y “*The New York Times*”<sup>5</sup> reportaron que se espera que la tendencia descendente continua en un futuro cercano. Este dramático descenso en ventas a causado grandes despidos dentro de la industria, minoristas impulsados (como Tower Records<sup>6</sup>) fuera del negocio y forzado a compañías disqueras, productoras, estudios, ingenieros en sonido y músicos a buscar nuevos modelos de negocios.

Esta nueva manera de medir los éxitos de un artista se empezó a usar de manera que ya se encontraban compañías que engañaban y aumentaban los números de reproducciones y los me gusta. En aquellos tiempos las redes sociales no disponían de herramientas para implementar campañas de *marketing* compañías como Topspin (2007) que ofrecían a las artistas nuevas formas de interactuar con el entorno digital, para crear un espacio más personal de artistas-fans. Esto abrió paso a surgir nuevas formas de promocionar a los artistas.

Según datos recopilados por la página musical Promocion Musical, el mercado estuvo en su periodo más bajo de 2010 a 2015. Los ingresos de la industria discográfica estuvieron por debajo de los 15.000 millones de dólares en 2010 y se mantuvieron en ese nivel durante 5

---

<sup>4</sup> Periodico

<sup>5</sup> Periódico en New York

<sup>6</sup> Disquera musical.

años. Pero por otro lado, el mercado finalmente había encontrado su respuesta a la piratería digital.

*Spotify* se había lanzado en 2008 y llegó a los Estados Unidos en 2011. Desde 2010 a 2015 el tráfico de personas que escuchaban música en *streaming* creció 700%, pero esto es sólo el comienzo – para 2014 Spotify había alcanzado tan sólo un 10% de la cantidad de suscriptores actuales.

La página especializada en la industria de la música Promocion Musical cita que, para 2010, luego de haber reconocido el potencial de este nuevo entorno, muchas discográficas ya habían instalado una especie de departamento digital. Al estar influenciadas por los medios online, las campañas de marketing<sup>7</sup> comenzaron a tomar la forma que tienen hoy día. Las primeras señales de las interacciones directas entre artista y fan comenzaron a aparecer, y muchos artistas comenzaron sus carreras en aquellos días utilizando estos medios.

De acuerdo con lo publicado por Ángel Navas (2015) en el portal español “Industria Musical”, la industria de la música es un negocio global que según la consultora PwC movió en el año 2019 la suma de US\$ 50 mil millones. Estos ingresos de la industria se generan de múltiples fuentes, las que se pueden agrupar en tres categorías principales (Britten, 2009):

- Grabaciones (ventas musicales por medios físicos y medios digitales).
- Música en vivo (conciertos y mercancía relacionada)
- Editoriales

El negocio de la música puede definirse como aquella rama de la industria cultural que (Rapetti, 2006):

- Ofrece una amplia gama de productos asociados a la creación musical.
- Su meta clave es la satisfacción de las necesidades de recreación, espiritualidad, crecimiento cultural, experiencias, moda, status y diversidad cultural.

---

<sup>7</sup> **sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro.**



- Se organiza en las empresas de producción y distribución de la música, tomando como materia prima las creaciones de autores, compositores, productores musicales e intérpretes y bajo la regulación de las instituciones de la política cultural.
- La base de capital empresarial es fundamentalmente intangible, propiedad de los músicos creadores.
- Su impacto fundamental radica en la transmisión de mensajes, símbolos, modos de vida e identidad cultural.
- Su objetivo es obtener los máximos beneficios económicos sobre la base de un equilibrio entre la realización plena de la creación musical (la propiedad) y la satisfacción de las necesidades de la diversidad cultural.

### 1.3 Marketing para Artistas

Bravo, n.d. Define que el *marketing* opera identificando una necesidad, que no es otra cosa que la sensación de carencia de algo, un estado fisiológico o psicológico, que es común a los seres humanos.

El marketing despierta esa necesidad que aún no tenías de querer algo y lo convierte en algo que quieres consumir en el momento o más a futuro, pero ya logro su cometido que era hacerte llamar la atención para el consumo del mismo.

Según un artículo de la universidad de Palermo (Bravo, n.d.) menciona que, el objetivo del *marketing* artístico es llevar un número adecuado de personas, procedentes de la más amplia gama posible de su origen social, la posición económica y edad, en una forma apropiada de contacto con el artista y, al hacerlo, para llegar al mejor resultado económico, que es compatible con el logro de ese objetivo.

Algo muy importante a tomar en cuenta es el consumidor musical que a la vez podría ser tu próximo cliente/fan. El consumidor musical o más bien "CM" es la herramienta más

importante en la carrera de un artista ya que el mismo puede servir como impulso a tu carrera ya sea diciéndole a más personas que consuman tu música y si a esas otras personas les llama la atención, también hará lo mismo. Pero hay algo que tomar en cuenta y es que todo va de la mano, en el sentido de que si no le llamaste la atención musicalmente en los primeros segundos de tu canción, eso podría generar un desencanto. El *marketing* y la música por eso van de la mano ya que uno no puede funcionar bien sin el otro.

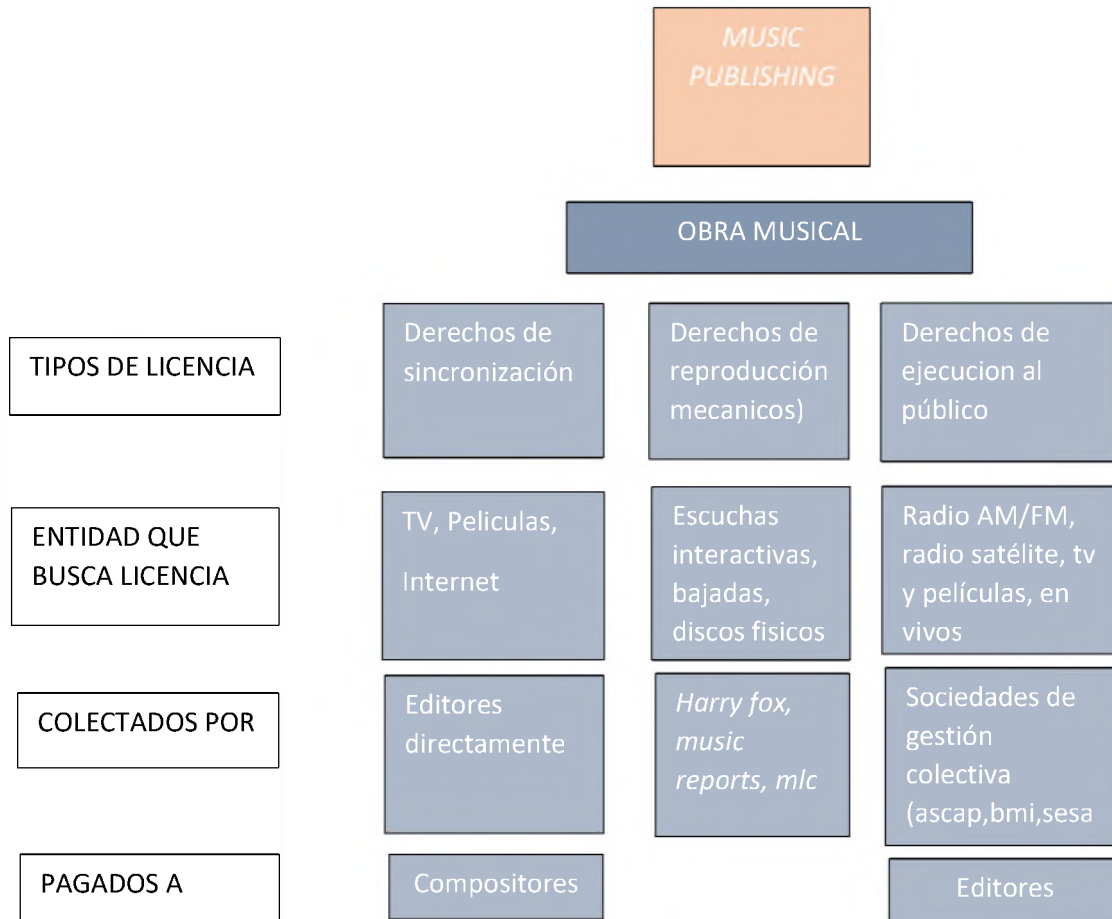
En cuanto a una definición más sencilla del *marketing*, este se podría conceptualizar como la capacidad de vender productos en un lugar, a un precio, con una promoción y a unos clientes adecuados. *El objetivo del marketing de arte es atraer a un número suficiente de personas de los más amplios antecedentes sociales, situación económica y edad posibles, para ponerse en contacto con los artistas de una forma adecuada y lograr los mejores resultados al hacerlo, económicamente, y lograr el objetivo es consistente.*

Al hablarse de *marketing* de espectáculos, no se trata con productos industriales, ya que el espectáculo y cultura en general son un servicio, que se produce, se presta al entrar en contacto con el cliente y el productor, la parte oferente y la demandante, lo cual conlleva a diversas complejidades de comercialización. Como en cualquier índole del mercadeo, se deben tomar en consideración los siguientes elementos para la puesta en marcha del marketing de espectáculos.

Cita el autor de la pagina (Promocion Musical. es, n.d.) Que las estrategias de marketing que usualmente eran llevadas a cabo por las discográficas se convirtieron en trabajos para una persona. Los publicadores, managers y agentes se han invertido en los canales de promoción, y la industria ahora está llena de pensadores digitales, desarrollando sus carreras en el entorno digital. Existen más formas de promocionar música de las que jamás habían existido, pero al mismo tiempo, ahora existe mucha más música como tal.

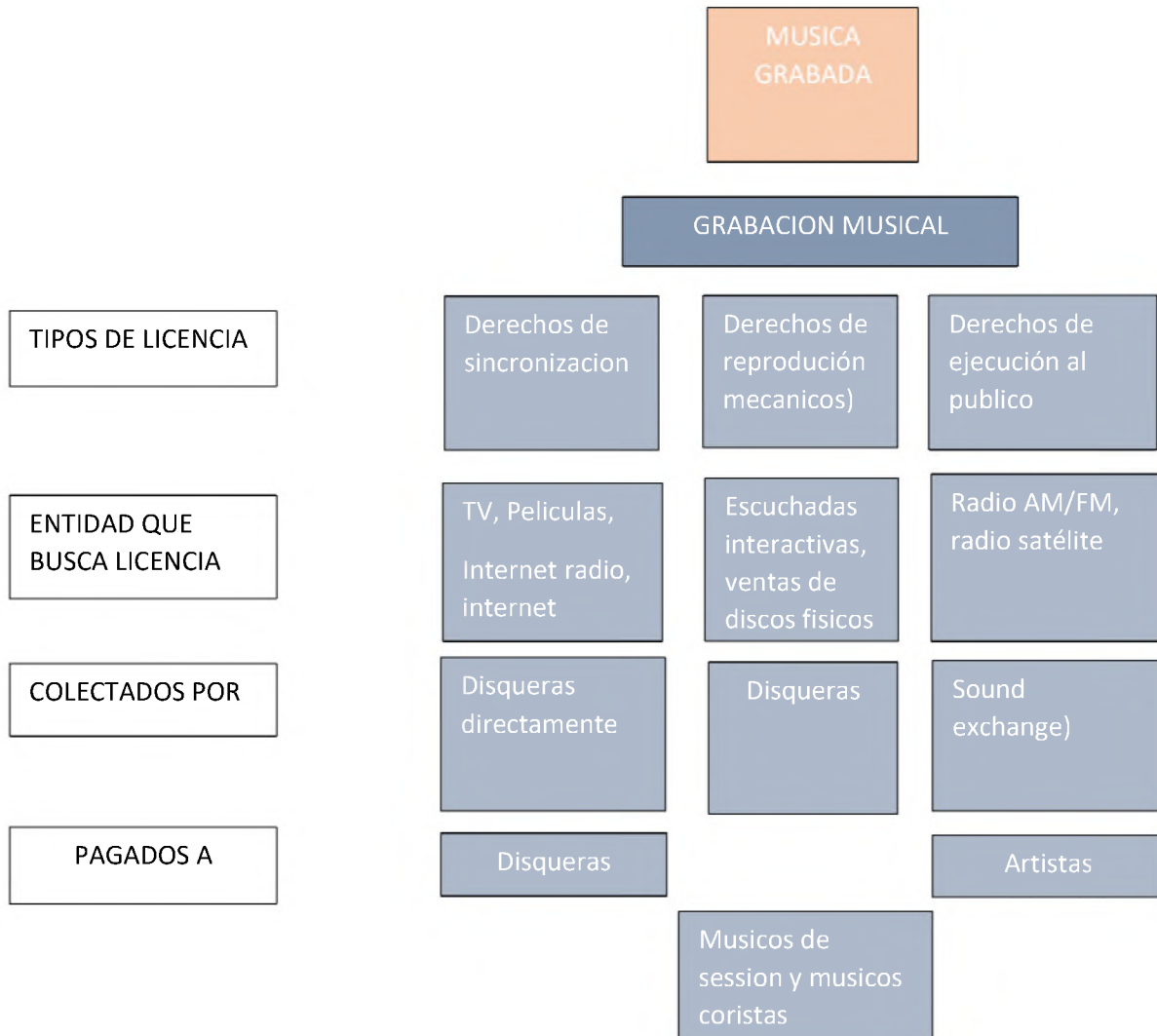
A continuación se mostrara un gráfico de cómo funciona todo el proceso desde la composición de la música, hasta la grabación, distribución y monetización

Tabla 1: funcionamiento del negocio del *Music Publishing*



Fuente de las dos tablas: Re-elaboración propia de la tabla del funcionamiento del *Music Publishing*, tomada de la página ( (Maningo, 2010))

Tabla 2: Funcionamiento de cómo funciona la música grabada



## 1.4 Artista versus creador

Hoy en día está radicando un problema y es que la palabra “Artista” ha adoptado un significado totalmente diferente. Se cree que la definición es toda persona que tiene la habilidad de poder interpretar canciones en vivo sin importar la calidad, pero según varias fuentes como ([significados.com/artista/](http://significados.com/artista/)) y (<https://dle.rae.es/artista>) todas tienen en común que la definición es, una persona que practica un arte sea profesionalmente o por amor, por lo tanto en la República Dominicana nacen “Artistas” en cantidad pero carecen de ciertas aptitudes musicales que es donde nace el creador. El creador al final termina siendo más músico que un “Artista” ya que es una persona realmente familiarizada con la música que tiene la capacidad de crear una melodía en base a una armonía. Sin el creador no nace la música, pero sin embargo existe una mezcla de los dos que se le llama Cantautor.

“Cualquier persona física que cante, interprete y/o ejecute una obra musical, expresada por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro” (Código de Buenas Prácticas, Girando Por Salas, 2010: 112)

La página especializada en temas artísticos J, 2015 menciona que artista es alguien que tiene una sensibilidad especial para crear una obra o una actividad. No existe una clasificación específica de cuáles son las actividades propias de un artista. Los hay en el mundo del circo o del espectáculo, en la orfebrería, en la fotografía o en la moda. En cualquier caso, el concepto de artista implica el conocimiento de una técnica y, al mismo tiempo, se trata de un oficio que puede ser de tipo profesional pero no necesariamente. El artista es igualmente un intérprete del arte, ya que una misma obra será expresada con el sello particular y el estilo genuino de cada artista. Sin embargo, el artista con mayúsculas será el autor de su obra, quien la ha concebido en su mente y luego la plasma para mostrar su arte a la sociedad.

*El artista busca la creación de un objeto o de una actividad que tenga un componente de belleza. Así, lo bello es uno de los aspectos anhelados por los creadores, pero no el único. También busca comunicar sentimientos e ideas y formar un mundo propio. (J, 2015)*

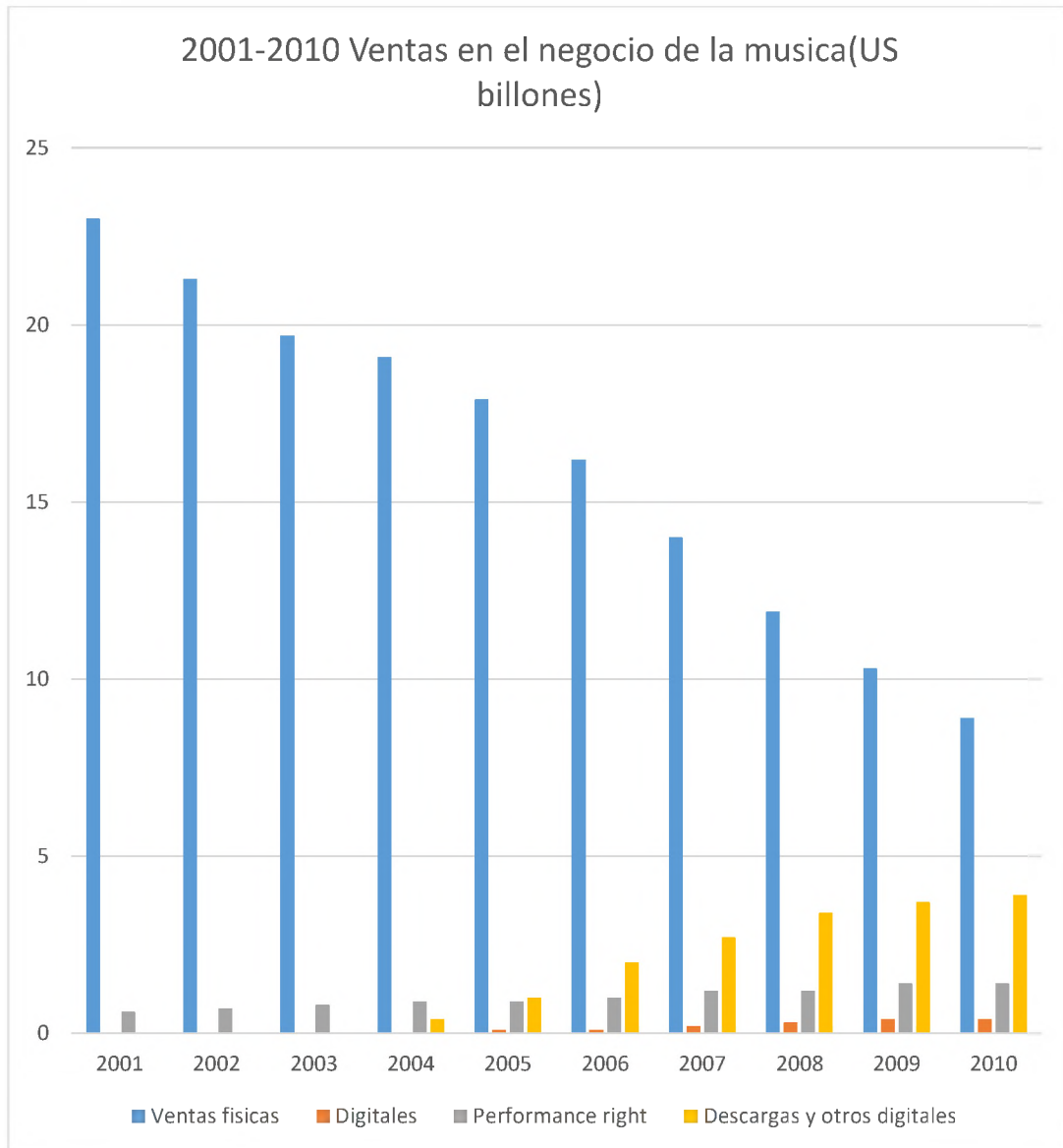
## 1.6 NFT musicales

Para entender mejor lo que es un NFT, hay que entender su origen, este viene de las criptomonedas. *El autor de la página Santander, 2021 explica que* una criptomoneda es un activo digital que emplea un cifrado criptográfico para garantizar su titularidad y asegurar la integridad de las transacciones, y controlar la creación de unidades adicionales, es decir, evitar que alguien pueda hacer copias como haríamos, por ejemplo, con una foto. Estas monedas no existen de forma física: se almacenan en una cartera digital, a sabiendas de esta, podemos entender su definición. Un NFT (*token* no fungible) es un archivo digital que puede contener, arte, dinero, música, contratos y muchas otras cosas más. Un NFT puede ser 5 segundos de una canción o 5 minutos de una canción, también puede ser la portada del álbum de tu canción, no hay limitaciones en el mundo de los NFT. Estos se venden a través de plataformas especializadas en compras y ventas de estos *token* no fungibles, se venden a través de subastas y algunas también se pueden vender en precio fijo.

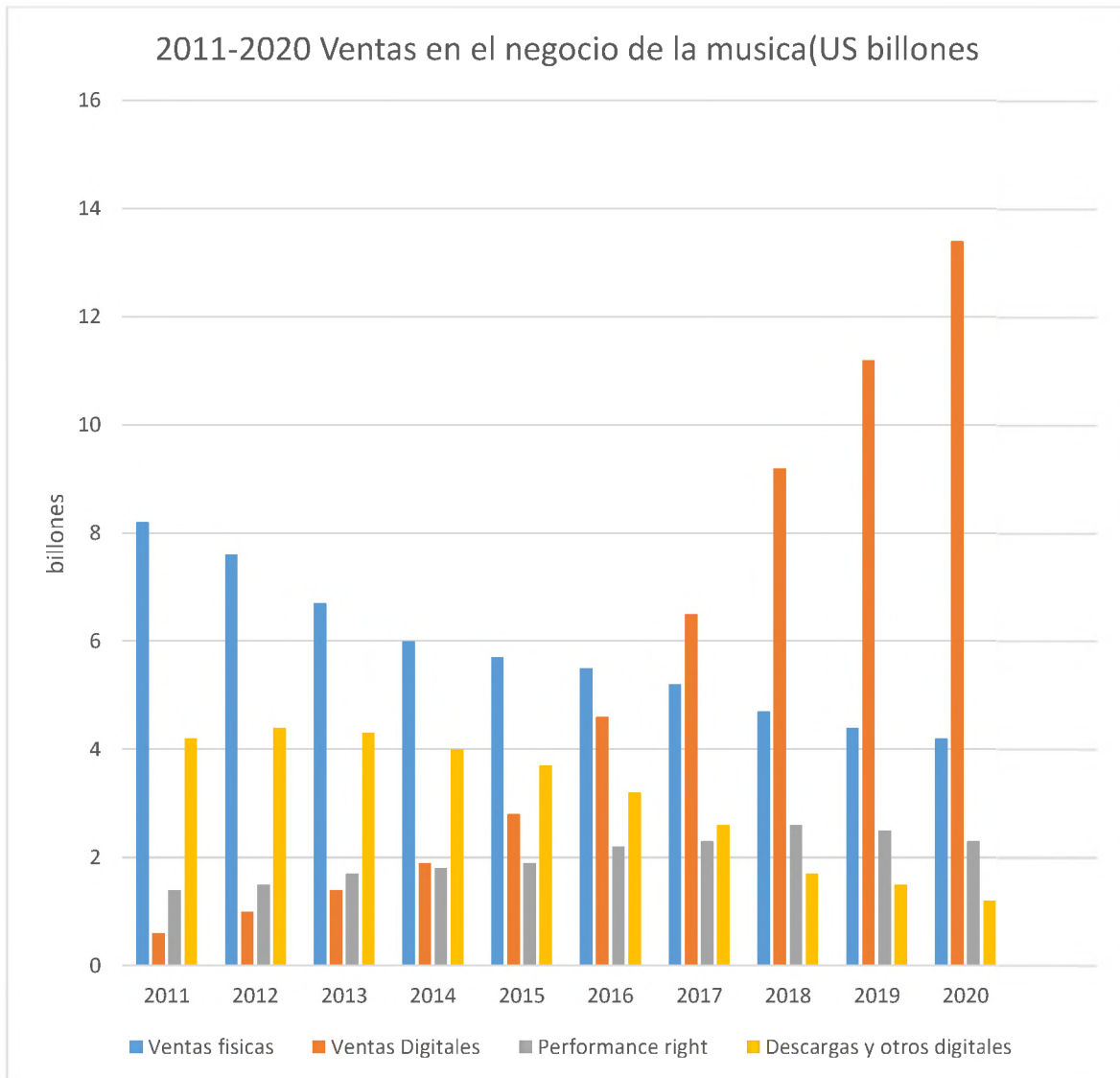
Ventajas que pueden tener los NFT al ser dueños de ellos: puedes obtener regalías o más bien acciones de una canción del artista, puedes tener entradas gratis de por vida vip a los conciertos del artista, mercancías gratis del artista y un sin número de cosas más. Los NFT se comprar con una moneda llamada *ethereum*.

La siguiente tabla es una referencia tomada de la página IPI en la cual se representa las estadísticas de las ventas en el negocio musical desde el 2001-2020.

Grafico 1 sobre las ventas en el negocio de la música desde el 2001-2020



Fuente: [//blog.groover.co/](http://blog.groover.co/)



Fuente: [//blog.groover.co/](http://blog.groover.co/)



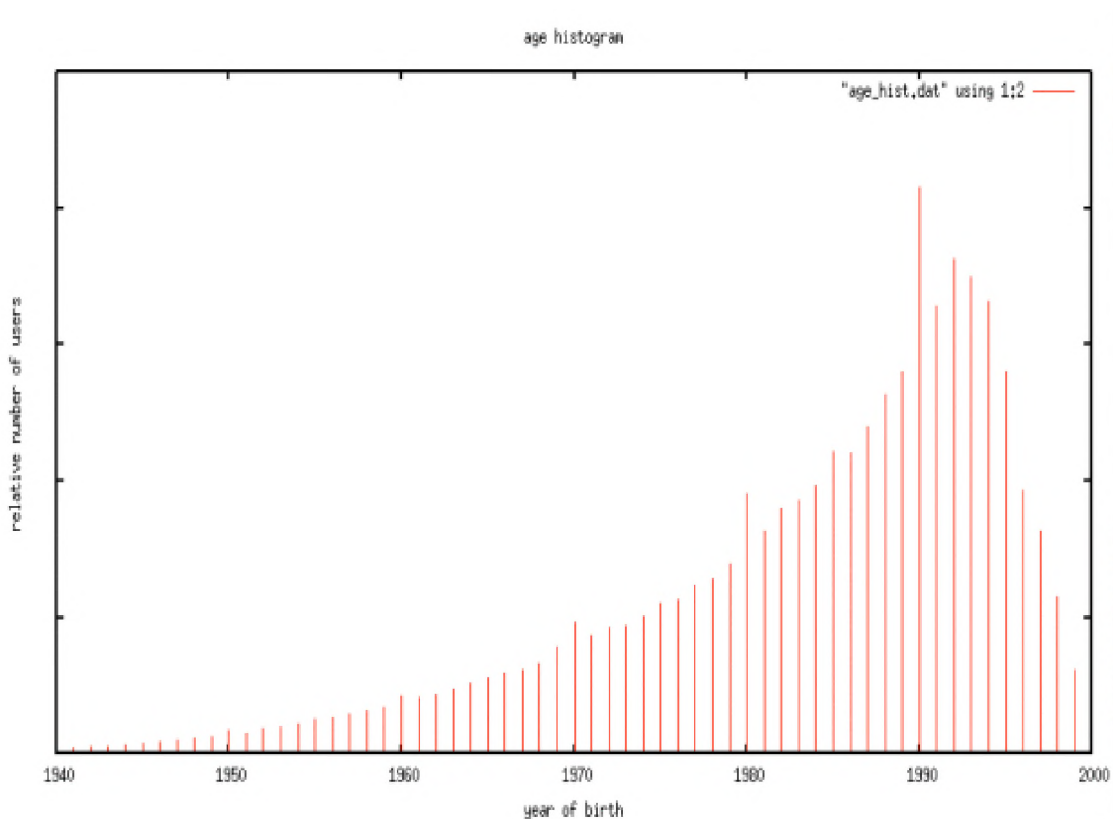
## 2. Marco Analítico

## 2.1 Mercado objetivo:

Según análisis hecho por Paul Lamere, prestigioso ingeniero de datos para la música, se observa la variedad de usuarios de diferentes edades, que escuchan música a través de las diferentes plataformas digitales.

El siguiente Estudio realizado por EMI en 2011, muestra la inserción de los servicios de música por *streaming* según los datos demográficos de edad. Esto indica que los datos correspondientes a la edad son una representación precisa de la realidad.

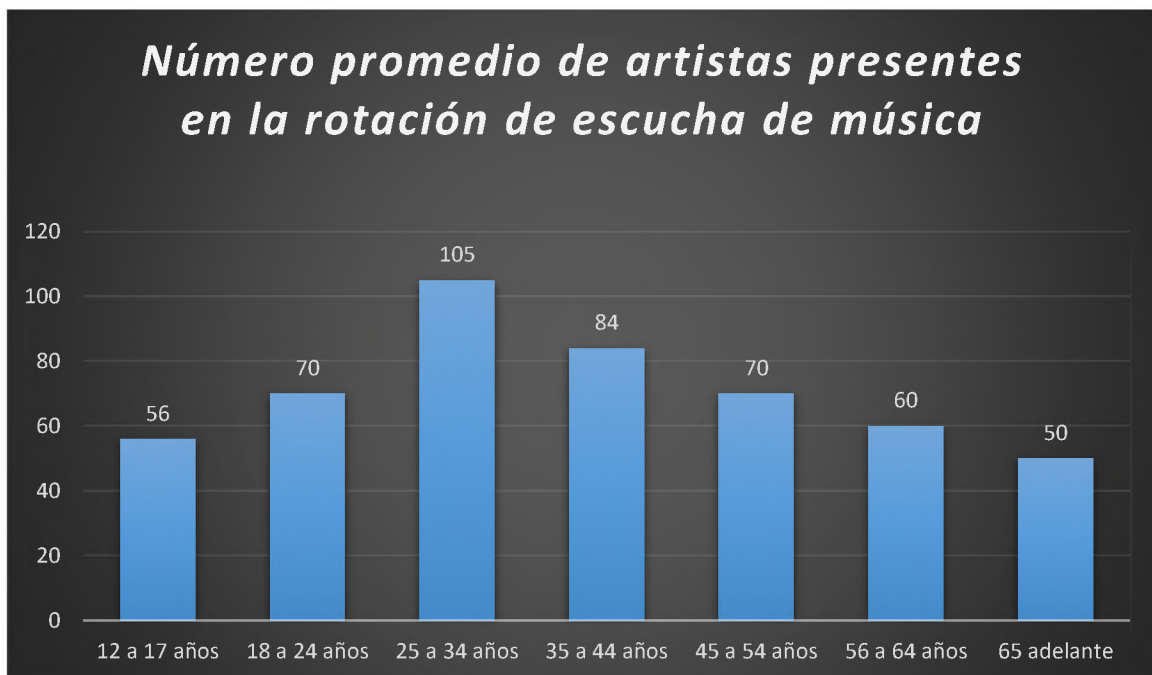
Grafico 2: Demostración de las edades de las personas que utilizan servicios de música.



Fuente: (musical, n.d.)

La página especializada en el negocio de la música (Promocion musical, n.d.) Establece que El oyente típico de 25-34 años tiene más artistas en rotación activa que cualquier otro grupo de edad, mientras que los oyentes de más de 65 años tienen la menor cantidad de artistas en esta condición

Grafico 3: Número promedio de artistas presentes en la rotación de escucha de música.



Fuente: (Promocion musical, n.d.)

A continuación se expone una tabla que muestra los distintos rangos de edades y los artistas que escuchan a nivel mundial.

Tabla 1: Distintos rangos de edades y los artistas que escuchan por edad.

Edad 12 a 17	Edad 18 a 24	Edad 25 a 34	Edad 35 a 44	Edad 45 a 54	Edad 55 a 64	Edad 65
Emblem 3	Chief Keef	Nas	Despeche Mode	ABBA	Diana Krall	Johnny Mathis
Hunter Hayes	Mac miller	King of Leon	U2	Supertramp	Jackson Browne	Bobby Darin
The wanted	Curren\$Y	The national	Pearl Jam	Stevie Wonder	The Doobie Brothers	Dean Martin
Cher Lloyd	Lupe Fiasco	Madonna	Bon Jovi	Credence	Chicago	George Jones
Zoe	Tyga	Vampire Weekend	Pink Floyd	Bruce Springsteen	The beatles	Diana Krall
Big time rush	Big Sean	Thalia	Madonna	Billy joel	James Taylor	Tony Bennet
Cody Simpson	Daddy Yankee	The lumineers	Guns N' Roses	Eagles	Barry White	Crosby, Stills & Nash
Jonas Brother	Frank Ocean	Mumford and Sons	Marc Anthony	Fleetwood Mac	Cat Stevens	Nat King Cole
Sage the gemini	Calibre 50	Of Monsters and Men	Elvis Presley	Frank Sinatra	Sade	The Everly Brothers
Little Mix	Rick Ross	Rick Ross	The lumineers	Elton John	America	Roy Orbison
Mac Miller	2 Chainz	T.I	The National	David Bowie	The temptations	Merie Haggard
Olly Murs	Kid Cudi	Artic Monkeys	The Next Big Thing	Pink Floyd	The Who	Johan Sebastian Bach
The Barden Bellas	Wale	John Legend	Queen	Amy Winehouse	Rod Stewart	ABBA
Paramore	B . O . B	Young Jeezy	Florence+ The Machine	U2	Simons & Garfunkel	Willie Nelson

Fuente: (musical, n.d.)

En esta tabla se puede ver que el rango de edad de 17-35, es el rango más rotativo en cuando a artistas que escuchan y en cuanto a tendencias musicales. Dicho esto, Nobody contara con un nicho de mercado de 17-35 ya que aportara muchos géneros a nivel de toda su trayectoria artística.

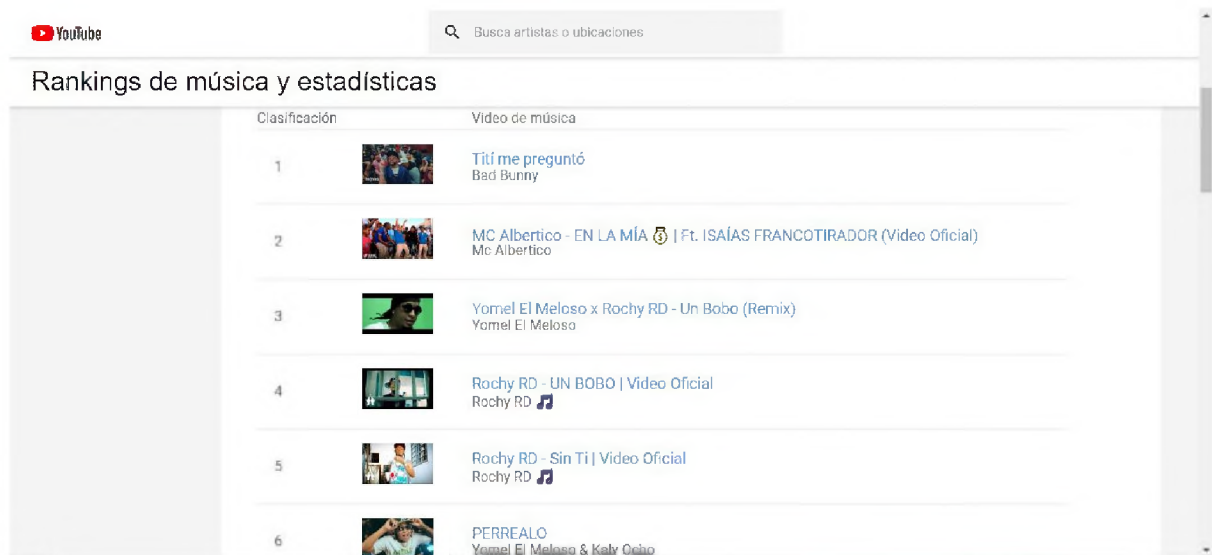
## 2.2 Competencia directa:

La competencia del proyecto de los Nobody son toda aquella disquera independiente que son especializadas en el desarrollo de artistas con el fin de lograr obtener ganancias ya sean a nivel de imagen o musicalmente, al igual que las disqueras multinacional como Sony Music, Universal Music o Warner Music, que tienen el mismo objetivo.

## 2.3-Tendencias musicales en República Dominicana

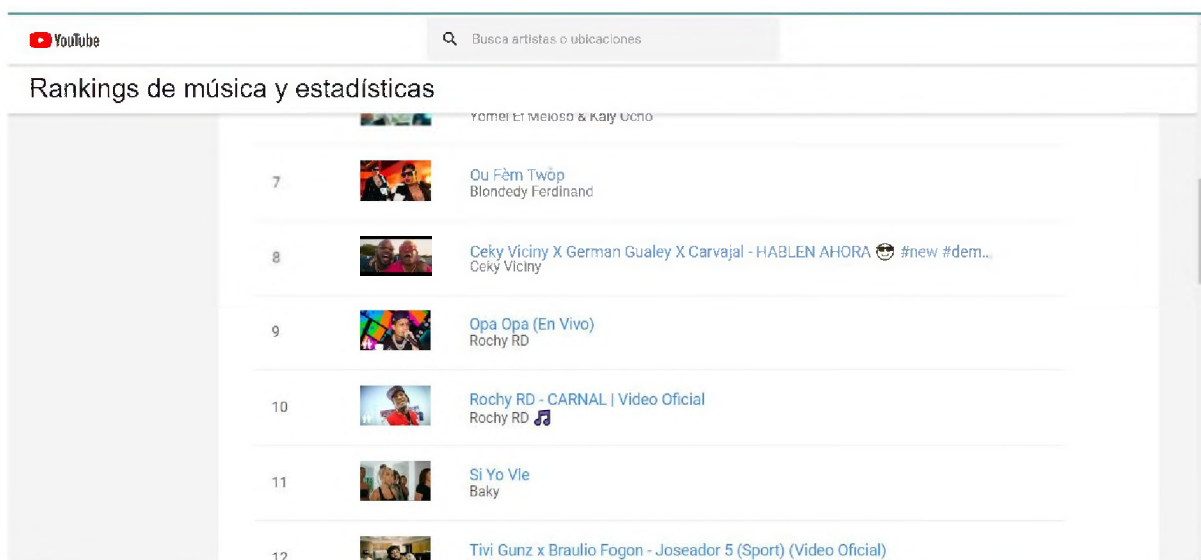
Si se ingresa a la plataforma de youtube y se accede al tópico de tendencias, se puede ver que en los primeros 10 puestos, todos son de música urbana, específicamente del genero dembow<sup>8</sup>

Imagen 1: Rankings de música y estadísticas en República Dominicana.



Fuente: Captura de pantalla de youtube

<sup>8</sup> Género urbano proveniente de Jamaica.



The screenshot shows the YouTube Music 'Rankings de música y estadísticas' page. At the top, there is a search bar with the text 'Busca artistas o ubicaciones'. Below the search bar, the page title 'Rankings de música y estadísticas' is displayed. The main content area shows a list of music tracks with their respective rank numbers, video thumbnails, titles, and artist names. The tracks listed are:

Rank	Track Title	Artist
7	Ou Fèrn Twòp	Blondedy Ferdinand
8	Ceky Vicity X German Gualey X Carvajal - HABLEN AHORA 🎧 #new #dem...	Ceky Vicity
9	Opa Opa (En Vivo)	Rochy RD
10	Rochy RD - CARNAL   Video Oficial	Rochy RD
11	Si Yo Vle	Baky
12	Tivi Gunz x Braulio Fogon - Joseador 5 (Sport) (Video Oficial)	Tivi Gunz

Según *playlist*<sup>9</sup> editoriales y rankings musicales, la música más predominante de la república dominicana en estos momentos es la música urbana, un punto que tenemos que resaltar es que la audiencia de YouTube y Spotify no es la misma, ya que YouTube no cuenta con una suscripción obligatoria para escuchar la música que quieres, a diferencia de Spotify. Dicho esto se puede ver que de tener la mayoría de artistas del género del dembow en todas las casillas, en Spotify son la minoría, ahora lo que predomina es el reggaetón, que ya viene siendo del género urbano, pero. En el top 8 solo dos dembow a diferencia de en Spotify solo dos en los primeros puestos.

### 2.3.1 Youtube

YouTube es considerado una de las plataformas menos rentables de entre las 10 principales para la distribución musical; ten en cuenta que para generar ganancias que superen los 1500 dólares al mes deberás lograr al menos unas 2.173.913 reproducciones mensuales.

---

<sup>9</sup> Listas de música

### 2.3.2 Spotify

Según la página (Latingwmg, n.d.) Concentrada en la industria de la música, Los artistas necesitan superar los 336,842 escuchadas para alcanzar unos 1400 -1500 dólares mensuales. Sin embargo y aunque Spotify no es el número uno de esta lista, se ha convertido en el líder mundial como la plataforma con más suscriptores y mayor presencia en la web; son más de 190 millones de usuarios activos mensuales subiendo y descargando contenido musical.

Imagen 2: Éxitos en la República Dominicana.

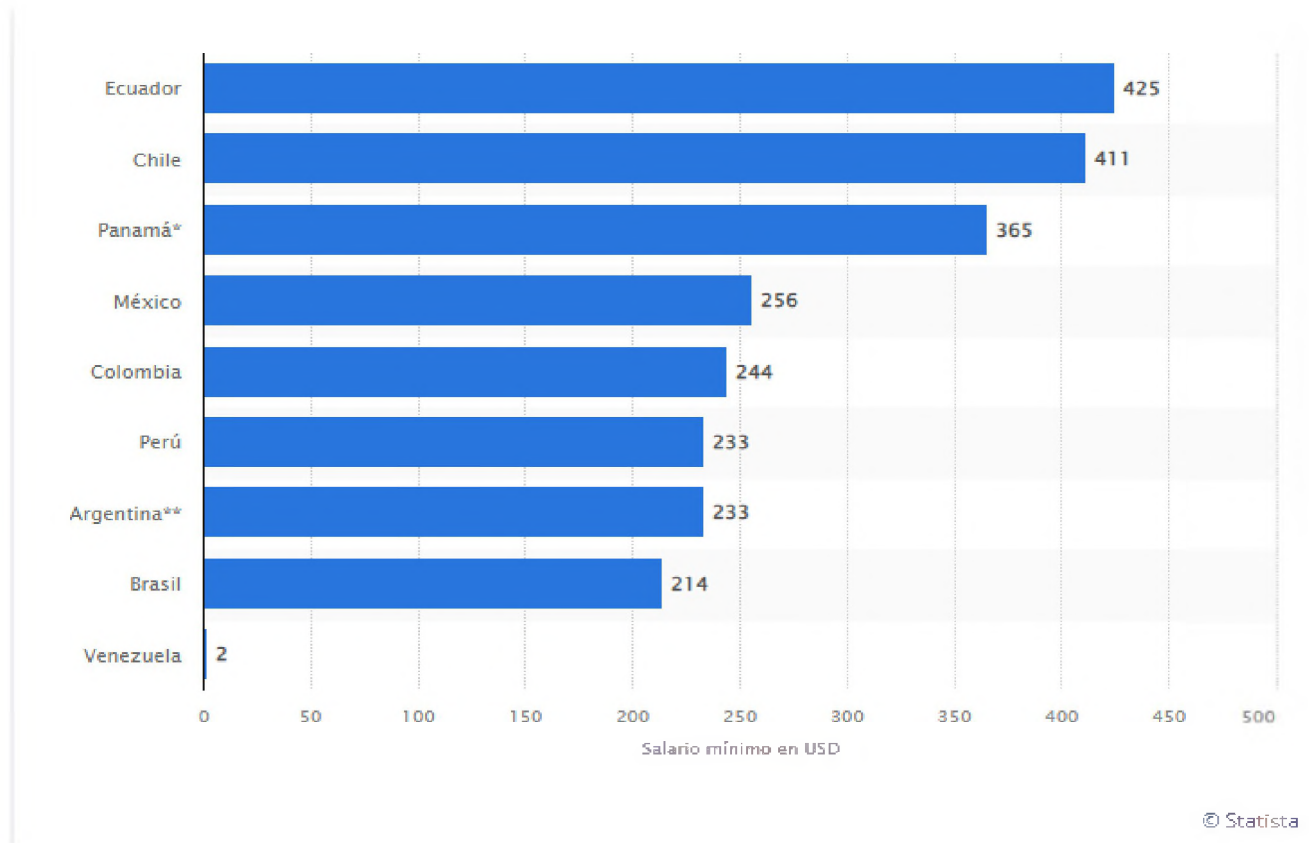


#	TÍTULO	ÁLBUM	AGREGADO EL	
1	<b>Titi Me Preguntó</b> Bad Bunny	Un Verano Sin Ti	11 days ago	4:03
2	<b>Gogo Dance</b> El Alfa, Chael Produciendo	Sabiduría	11 days ago	2:53
3	<b>PROVENZA</b> KAROL G	PROVENZA	11 days ago	3:30
4	<b>Me Porto Bonito</b> Bad Bunny, Chencho Corleone	Un Verano Sin Ti	11 days ago	2:58
5	<b>Desde Mis Ojos - Remix</b> Chris Lebron, Sech, Jay Wheeler	Desde Mis Ojos (Remix)	11 days ago	3:43
6	<b>Bocina Bom</b> Kaly Ocho	Bocina Bom	11 days ago	3:17
7	<b>Ojitos Lindos</b> Bad Bunny, Bomba Estéreo	Un Verano Sin Ti	11 days ago	4:18
8	<b>ULTRA SOLO</b> Polimá Westcoast, Pallita	ULTRA SOLO	1 day ago	3:47

Fuente: Playlist de los éxitos de spotify en la republica dominicana

Teniendo al menos 336,842 escuchadas mensuales generaría 1400-1500 dólares que es aproximadamente el doble del sueldo mínimo de algunos países en Latinoamérica.

## Sueldo mínimo en Latinoamérica



Fuente: (Statista, n.d.)

Según el Subsecretario de Planificación y Evaluación (ASPE), la línea de pobreza para hogares unipersonales en los Estados Unidos es de 11.770 dólares. Esto quiere decir que, con un pago promedio de 0.006 dólares por reproducción, un músico necesita 3.000.000 de reproducciones anuales o 250,000 mensuales para tener un ingreso bruto de 12.000 euros.



En el siguiente cuadro, podemos ver cómo funcionan los ingresos por regalías de Spotify

### Ingresos por regalías de spotify en república dominicana

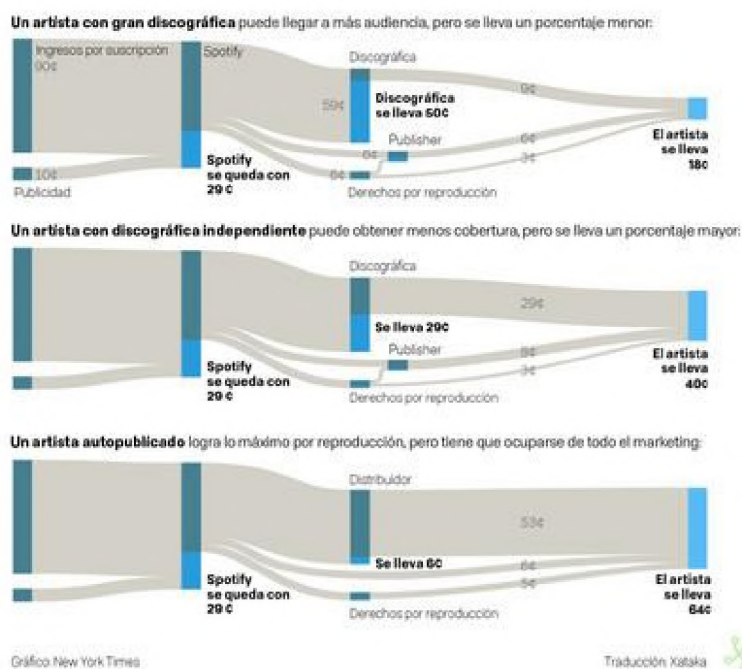
Tabla 3: Ingresos por regalías de spotify

Streams	Equivalente a un stream	Total
10	0.02	0.2
100	0.02	2
1000	0.02	20
10000	0.02	200
100000	0.02	2000
1000000	0.02	20000
2000000	0.02	40000
3000000	0.02	60000
4000000	0.02	80000
5000000	0.02	100000

Este cálculo fue hecho a través de la plataforma especializada en música "SOUNDCAMPS"

Fuente: (Peleg, n.d.)

En esta tabla, se puede observar el funcionamiento de los porcentajes que pueden obtener cada artista por tipo de disqueras.



Fuente: pagina especializada de noticias de la musica Xataka, n.d.

- Un artista con contrato con una *major* se lleva un 20% de cada 0,90 céntimos de dólar generados, es decir, 18 céntimos de dólar (¢0,18).
- Un artista con contrato con una discográfica independiente se lleva un 44,4% de cada 0,90 céntimos de dólar generados, es decir, 40 céntimos de dólar (¢ 0,40).
- Un artista independiente que publica su propia música a través de un distribuidor, se lleva un 71,1% de cada 0,90 céntimos de dólar generados, es decir, 64 céntimos de dólar (¢0,60)

El problema en el que incurre este gráfico es que no todos los artistas cobran por igual de lo generado en Spotify, incluso dentro de la misma categoría (por ejemplo, "artistas con contrato en una discográfica independiente).

## 2.4 Posibles oportunidades de trabajo

El Bogotá Music Market - BOmm es una plataforma de promoción y circulación organizada por la Cámara de Comercio de Bogotá, como parte de su programa de apoyo a las Industrias Creativas y Culturales. Es un espacio diseñado para que músicos, compositores, productores, agencias, empresarios, marcas, disqueras y editoras descubran nuevas oportunidades de negocio y aprendan sobre las últimas tendencias en la industria de la música.

Se convierte en una plataforma de promoción y actualización profesional, así como en espacio de networking<sup>10</sup> para realizar acuerdos, alianzas y negocios alrededor de la industria de la música. Para ello, durante el desarrollo del evento se han habilitado cuatro días, de los cuales uno es dedicado a charlas académicas de conferencistas de alto perfil y larga trayectoria en la industria de la música, otros dos para citas de negocios entre los participantes, y un día de talleres.

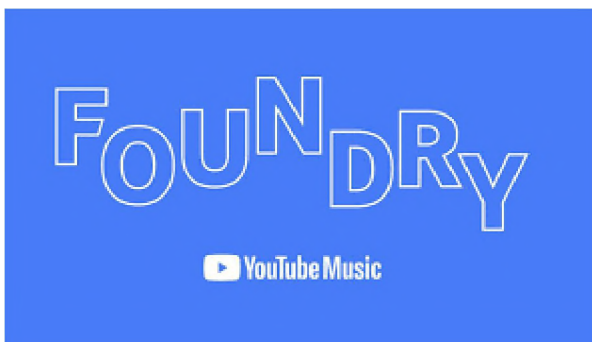
Boom reúne un completo directorio profesional virtual en donde se encontraran artistas, agrupaciones, *booking agents* y *managment*, sellos discográficos, profesionales de la industrial, programadores y todos los participantes de la edición en general.

El proyecto de los Nobody se presentaría en el BOmm para exponer su proyecto a varios inversionistas y a la vez realizar un performance con el fin de entender cómo se visualizaría el negocio, haciendo esto, se pudiera atraer marcas, agentes, inversionistas y posible firma a una disquera mayor.

Al igual que el Boom existen varias plataformas para impulsar tu carrera como Circulart Y youtube foundry.

---

<sup>10</sup> Proceso que se hace para conectar con personas con el fin de poder buscar oportunidades de trabajo



## 2.5 Ubicación

El proyecto de los Nobody tendrá su sede en la capital de la república Dominicana (Santo Domingo) específicamente en la calle Camino Chiquito 7 de Arroyo Hondo, situados en la plaza "Arroyo Hondo Town Center".

Se escogió este establecimiento porque cumple con todos los parámetros que necesita el proyecto en cuanto a comodidad de ubicación, precio/calidad y estética.



Fuente de imagen tomada de la pagina Easy broker, n.d.

## 2.6 Genero establecido para Nobody

Nobody contara con varios géneros a través del tiempo ya que se maneja por etapas, estas serían:

Nobody volumen 1: [Genero Urbano/ Pop](#)

Nobody volumen 2: [Género Pop/ Tropical](#)

Nobody volumen 3: [Género Tropical/ Baladas pop](#)

Nobody volumen 4: [Genero balada pop/ pop rock](#)

Cada volumen se vencerá dentro de un año de comenzado y así lanzando un álbum anual por cada volumen con el género correspondiente. Nobody se ha hecho de esta manera con el fin de siempre estar en tendencia a través del tiempo y nunca poder quedarse atrás como proyecto simplemente por la ausencia de la audiencia de un género.



## 3. MARCO PROYECTUAL



### 3.1 NOBODY

NOBODY es el producto de una empresa que crea a un artista que es interpretado por una persona anónima.

### 3.2 Objetivo del proyecto

El objetivo de este proyecto es crear un artista (Nobody) que sea interpretado por una persona anónima, luego de realizar una trayectoria con el Nobody dentro del anonimato, se develara la imagen de la persona anónima que interpreta al Nobody y se desarrollara su carrera luego de ser develada su imagen, luego de ser develada su imagen, se le dará paso a otra persona anónima para que interprete al artista Nobody con el objetivo de hacer un ciclo artístico.

Un objetivo a largo plazo seria la creación de Nobody por cada país por ejemplo:

La empresa de Nobody emite una licencia que da permiso a que se realice la creación de un Nobody en X país, este país escogido ejecutara todo el modelo de negocio siguiendo los planes paso a paso de cómo se realizaría dicho proyecto.

Nobody tiene como otro objetivo, la creación de una gira dedicada y únicamente a la develación de la imagen del intérprete del Nobody, donde se reunirá también la siguiente persona anónima que tomara el puesto del nuevo Nobody.

### 3.3 Métodos de ingresos con el uso de los NFT

Los NFT musicales son un tipo de ingreso en la que los músicos, bandas y compositores han sabido lucrarse de manera correcta y conectarse con sus oyentes de maneras nuevas e innovadoras.

El artista decide qué contenido quiere ofrecer a sus fans. Esto podría ser mercancía, entradas para conciertos, archivos de audio, etc.

Uno de los beneficios que puede obtener el proyecto de Nobody son las regalías. Los NFT musicales les dan oportunidades a los artistas de ganar dinero vendiendo su mercancía y su música directamente. Los NFT musicales permiten a los músicos cargar su música en cualquier plataforma que elijan y después comercializarla entre sus fans.

Diferente manera en la cual el proyecto Nobody puede hacer el uso de los NFT:

- Venta de mercancías digitales, que contengan entradas a los conciertos.
- Porcientos de las regalías que genere Nobody, cabe destacar que estos porcientos se pueden volver más valiosos a medida que avanza la carrera de un artista.
- Boletas para conciertos que te incluyan Meet&Greet<sup>11</sup> de por vida.
- Entradas para fiestas después de conciertos organizadas por Nobody.

---

<sup>11</sup> Conocer a su ídolo antes del concierto



### 3.4 Inversionistas

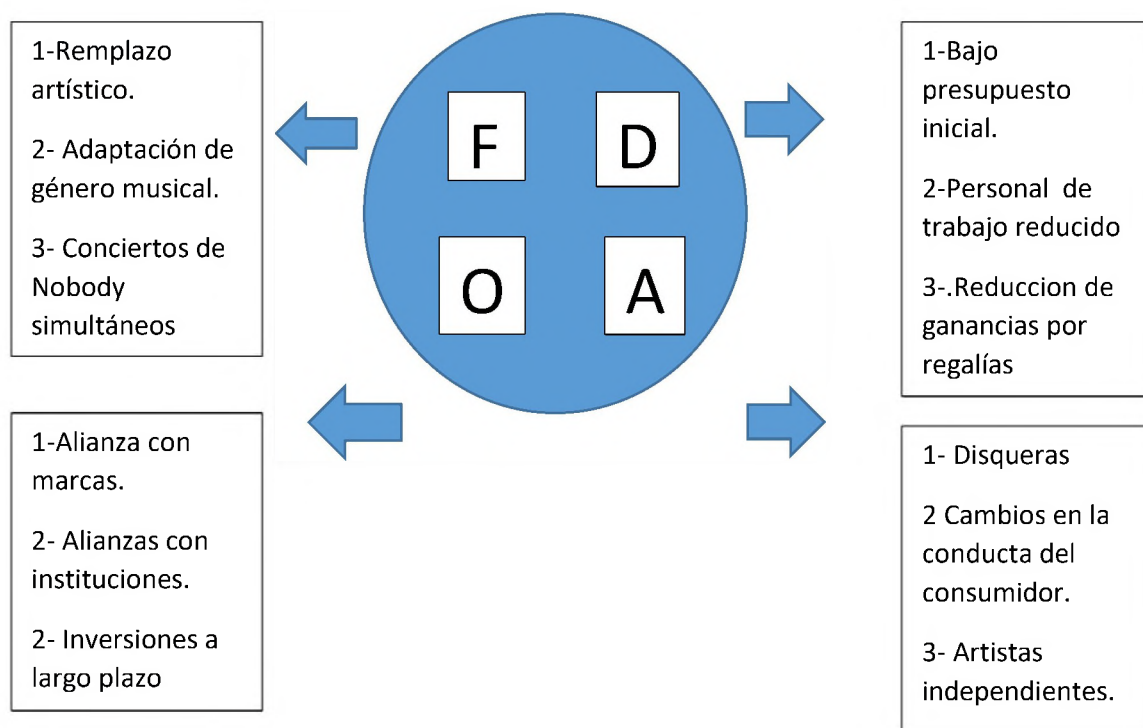
Los inversionistas tendrán la posibilidad de generar ganancias de varias maneras:

- Por ciento de las regalías del master
- Por ciento de las regalías de la composición de canciones.
- Por ciento de todo lo que genere la empresa de los Nobody
- Los inversionistas podrán hacer acuerdos con Nobody en específicos antes y después de ser desenmascarados.

### 3.5 Problemas

Unos de los problemas más comunes en proyectos musicales es la disolución de cierto miembro del grupo o retiro de la música de un artista, pero los Nobody posee una gran ventaja y es que no generara absolutamente ninguna repercusión la salida de un artista, ya que es totalmente reemplazable simplemente por el hecho de que nunca utilizamos su imagen si no, su voz. Este es uno de las formas de cláusula de contratación y de cancelación más comunes para los proyectos musicales. Otro problema sería que un Nobody muestre su rostro antes de tiempo, para evitar esto se les hará firmar un contrato de confidencialidad que lo atara a un acuerdo en el cual tendrá una penalidad hacer dicho acto. En tal caso de que muestre su rostro, se abrirá una convocatoria para escoger al nuevo Nobody.

### 3.5 Análisis FODA



### 3.6 Métodos de ingreso con regalías

En la industria de la música existe algo llamado regalías mecánicas que no es nada más que el ingreso que te da una entidad por tus bajadas/escuchas de tus canciones. Este pago se les hace a los compositores, pero al igual que un pago para compositores, existe el pago al dueño del *master* y al intérprete de una canción. La plataforma *SoundExchange*<sup>12</sup> se encargó de crear una plataforma la cual les paga un 50% al dueño del master, 45% al intérprete y 5% a los músicos de grabación. Dicho esto, la plataforma de los Nobody serán totalmente dueños de los masters y algunos % más negociados con los artistas y compositores, dicho esto... se generaría un ingreso pasivo a lo largo de un plazo establecido.

<sup>12</sup> Plataforma para recolectar regalía musicales digitales a los intérpretes y dueños de master

### 3.7 Métodos de ingresos por marcas de patrocinio

El proyecto de los Nobody tiene como método principal, lograr obtener marcas de patrocinio para así poder sustentar el negocio y por pasar a las siguientes fases del proyecto.

Las marcas se conseguirán de esta manera:

- Creando una imagen única la cual las marcas se identifiquen y puedan humanizar su marca y certificar sus beneficios mejor conocido como la credibilidad.
- Conseguir que Nobody llegue a la mayor cantidad de usuarios a través, conseguir conocimiento de marca.
- Hacer que los Nobody dispongan de una voz potente con gran impacto a los usuarios.

### 3.7.1 Primera Fase del proyecto.

Esta consiste en desarrollar la carrera únicamente a través de las redes sociales como tik tok<sup>13</sup> e instagram y así lograr el crecimiento de Nobody con el fin de poder obtener marcas que patrocinen el proyecto. “Nobody” lanzara su primera canción con el fin de lograr captar la atención de las marcas. Al momento de obtener al menos 2 marcas que patrocinen el proyecto, que paguen la suma de 20,000 pesos dominicanos cada mes, se tendría un ingreso de 40,000 pesos dominicanos mensual. Luego de que esta primera parte este completa, se necesitara obtener 700,000 de *streams*<sup>14</sup> mensuales en una plataforma que te recolecte un 100% de las regalías, para generar un aproximado de \$1,666.00 dólares aproximadamente, que equivalen a 91,630 pesos dominicanos. La suma de estos dos ingresos crea un total de 131,630 pesos dominicanos mensuales, que cubren completamente con los honorarios de los primeros empleados de la fase 1. Si a través de un plazo de un año, los ingresos mensuales siguen estables, se pasara a la siguiente fase.

---

<sup>13</sup> Red social de entretenimiento

<sup>14</sup> Veces que escuchan una canción en plataformas digitales

### 3.7.2 Segunda Fase del proyecto

Esta consistirá en la adición de un encargado de *marketing* que se encargara de aumentar el alcance de los NOBODY a un público más amplio. Este encargado de mercadeo será contratado por unos 20,000 pesos dominicanos. En la fase 2 se aumentara el precio de contratación de marcas de 20,000 pesos DO a 40,000 DO. Al momento de obtener 4 marcas mensuales, se obtendrá un ingreso de 160,000 pesos dominicanos solamente a través de marcas, sumándole a esta la suma obtenida de *streams* que es 91,630 pesos dominicanos aproximadamente, esto nos da un total de 251,630 pesos dominicanos mensuales, dando apertura a un local para rentar.

### 3.7.3 Tercera Fase del proyecto

Esta última fase consiste en la adición de un espacio rentado para tener una base central donde se desarrollara el negocio. Este espacio contara con un *studio* que se utilizara para grabar ya sean canciones, comerciales y *jingles*, también se utilizaran para ensayos. El espacio contara con dos oficinas, una sala de ensayo y *studio*, baño y cocina. Este tipo de local ronda por los 50k-100, siendo este un local de 80 mil pesos dominicanos incluyendo el mantenimiento del establecimiento.

### 3.8 Resumen ejecutivo

#### Slogan

Un artista que no existe.

#### Equipo de trabajo:

El equipo de trabajo inicialmente estará compuesto por el Director ejecutivo, productor musical y el artista, luego se agregaran nuevos empleados que serán Abogado, Director de Marketing, Business Manager y Promotor de eventos.

#### Industria:

Entretenimiento

#### Estado del proyecto:

Actualmente se encuentra en desarrollo.

#### Número de empleados al iniciar:

Al iniciar solo habrá 2 empleados

#### Alianzas, distribuidores, socios

Ministerio de la juventud, Escuela internacional de música contemporánea (Unphu music), Circulart, Bomm. Ministerio de cultura.

## Nobody

### Resumen ejecutivo

Nobody es un proyecto musical basado en la creación de un artista interpretado por una persona anónima.

Nuestro objetivo es desarrollar una marca internacional la cual las personas sientan la necesidad de querer ser parte de ellas para poder lograr tener éxito como artista solista

### Historia del negocio

El negocio surge de la problemática que existe en la Republica Dominicana de la saturación de artistas del mismo género y la carencia de creatividad al tratarse de la música

A raíz de esto. Le regalamos a la Republica Dominicana, un nuevo artista de la forma más creativa posible, que será interpretado por cualquier persona con talento y que contara con muchos géneros

### Diferenciación

Nobody a diferencia de otros proyectos, se encarga del desarrollo de artistas interpretados por personas anónimas, la cual con el tiempo van siendo remplazados con el fin de obtener un ciclo de artistas en crecimiento.

## Tecnología:

A través de la tecnología, podremos llegar a un público más segmentado gracias a las facilidades que existen hoy en día con las diferentes formas de dar publicidad mediante las redes sociales.

- Mercado objetivo:

A través de las encuestas, logramos obtener que el público de 17-35 es el público más rotativo en cuanto a la aceptación de un nuevo artista y además son los que más reproducciones otorgan a los artistas que están en desarrollo de una carrera musical.

- Estructura de costos de ingreso:

En su etapa inicial, el proyecto contara con bajos niveles de costo ya que empezara solamente con el director ejecutivo, productor musical y artista, mientras tanto lo necesitado no se trabajara por sueldo si no, por obra por encargo. Los primeros ingresos serán los provenientes de las presentaciones en vivo, contrataciones de marcas y regalías mecánicas y digitales.

A medida que vayan aumentando los ingresos, irán aumentando la cantidad de empleados hasta llegar hasta el equipo deseado inicialmente.

### 3.9 Modelo canva

<p><b>Descripción</b></p> <p>Nobody es un proyecto que crea a un artista desde el anonimato hasta convertirlo en profesional.</p>		<p><b>OBJETIVO</b></p> <p>Nobody luego de manejar la carrera del artista dentro del anonimato, develara la imagen de la persona que interpreta al Nobody y se encargara de desarrollar la carrera como artista emergente y así crear un ciclo de artistas</p>	
<p><b>FLUJO DE INGRESOS</b></p> <p>Contratación de marcas</p> <p>Comisión por conciertos</p> <p>Porcientos de todos los tipos de regalías musicales</p>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto del artista</li> <li>• Contratos legales</li> </ul>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Ofrece un espacio profesional para el desarrollo y manejo artístico.</p>	<p><b>RELACION CON CLIENTES</b></p> <p>Email</p> <p>Redes sociales</p> <p>Encuestas para la adaptación del gusto del público</p>
<p><b>SOCIOS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de la juventud</li> <li>• Ministerio de cultura</li> <li>• Sgacedom</li> </ul>		<p><b>AL CLIENTE</b></p> <p>Ofrecemos manejo de carrera, asesoría de imagen artística</p>	<p><b>CANALES</b></p> <p>Tik tok</p> <p>Instagram</p> <p>Twitter</p>
	<p><b>Recursos claves</b></p> <p>Recurso intelectual</p>	<p><b>SEGMENTO DE MERCADO</b></p> <p>La música</p>	<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <p>Pago a socios</p> <p>Publicidad, internet</p> <p>Mantenimiento página web</p> <p>Renta del establecimiento</p>



### 3.10 Presupuesto de inversión inicial

El proyecto Nobody busca únicamente una sola inversión inicial para el inicio del proyecto, en esta imagen podemos observar el presupuesto de grabación de un álbum.

PRESUPUESTO DE GRABACION DISCO "NOBODY"				FECHA :AGOSTO 2022
CONCEPTO	COSTO	UNIDAD	TOTAL	COMENTARIOS
<b>Estudio de grabacion</b>	Costo por dia	dias de grabacion		
	\$12,500	12	\$150,000.00	
<b>Mezcla</b>	Costo por temas	total de temas		Aprox. U\$ 300.00
	\$17,550	8	\$140,400.00	
<b>Masterizacion</b>	Costo por temas	total de temas		Aprox. U\$ 200.00
	\$11,700	8	\$93,600.00	
<b>Musicos</b>	Costo por temas	total de temas		6 MUSICOS @ 5,000 POR TEMA + 2 COROS
	\$40,000	8	\$320,000.00	
<b>Arreglos</b>	Costo por temas	total de temas		
	\$65,000	8	\$520,000.00	
<b>Arte grafica</b>	Costo por temas	total de temas		
	\$12,000	8	\$96,000.00	
<b>Composiciones</b>	Costo por temas	total de temas		
	\$25,000	8	\$200,000.00	
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>\$1,520,000.00</b>	

El siguiente presupuesto es una referencia de un video hecho por un artista, pero sin embargo hay ciertas personas dentro del presupuesto cercanas al artista que le facilitaron el trabajo de manera gratis, por lo tanto el estimado de este presupuesto con el pago de todo el personal asciende a 800,000 pesos dominicanos.

	DIAS	CANT.	COSTO RDS		TOTAL RDS	
<b>PRODUCCION</b>						<b>RD\$97,250.00</b>
PRODUCTOR	1	1	RD\$0.00		RD\$0.00	
DIRECTOR	1	1	RD\$0.00		RD\$0.00	
GASTOS DE PRODUCCION	1	1	RD\$0.00		RD\$0.00	
ESTUDIO	1	1	RD\$50,000.00	TBD	RD\$50,000.00	
<b>TRANSPORTACION</b>						
COMBUSTIBLE PLANTA	1	1	RD\$7,000.00	TBD	RD\$7,000.00	
COMBUSTIBLE GENERAL	1	1	RD\$5,000.00	TBD	RD\$5,000.00	
<b>A&amp;B</b>						
CATERING	1	30	RD\$1,175.00	FAMILIA DIEGO	RD\$35,250.00	
CATERING PRE-LIGHTING / MONTAJE	1	10	RD\$0.00		RD\$0.00	
<b>ARTE</b>						<b>RD\$184,000.00</b>
DIRECTORA DE ARTE	1	1	RD\$0.00		RD\$0.00	
GASTOS ARTE	1	1	RD\$175,000.00	INCLUYE PAGO ASISTENTES	RD\$175,000.00	
<b>VESTUARIO Y MAQUILLAJE</b>						
VESTUARIO	1	1	RD\$3,000.00		RD\$3,000.00	
GASTOS VESTUARIO	1	1	RD\$1,000.00		RD\$1,000.00	
MAQUILLAJE	1	1	RD\$5,000.00		RD\$5,000.00	
<b>CAMARA</b>						<b>RD\$30,000.00</b>
CAMARA	1	1	RD\$10,000.00		RD\$10,000.00	
VIDEO ASIST	1	1	RD\$0.00		RD\$0.00	
<b>LUCES Y GRIPERIA</b>						
CAMION DE LUCES	1	1	RD\$20,000.00		RD\$20,000.00	
<b>PERSONAL TECNICO</b>						<b>RD\$22,000.00</b>
DIRECTOR FOTOGRAFIA	1	1	RD\$0.00		RD\$0.00	
1ER ASISTENTE CAMARA	1	1	RD\$5,000.00		RD\$5,000.00	
GAFFER	1	1	RD\$7,000.00		RD\$7,000.00	
KEY GRIP	1	1	RD\$5,000.00		RD\$5,000.00	
DOLLY GRIP	1	1	RD\$5,000.00		RD\$5,000.00	
<b>EDICION Y POSTPRODUCCION</b>						<b>RD\$25,000.00</b>
EDICION	1	1	RD\$25,000.00		RD\$25,000.00	
COLORIZACION	1	1	RD\$0.00		RD\$0.00	
<b>SUB-TOTAL</b>					<b>RD\$358,250.00</b>	
<b>TOTAL</b>					<b>RD\$358,250.00</b>	

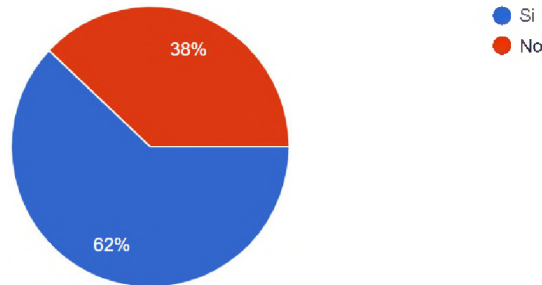
### 3.11 Encuestas

En las siguientes imágenes, se encontraran con ciertas preguntas y las respuestas que ha dado el público sobre su opinión



Suele ir a concierto de sus artistas?

50 respuestas



Genero musical favorito, explique porque

50 respuestas

Jazz

No tengo

Rock, merengue, boleros

funk y pop, me gustan eso porque son activos y dinámico y me da emoción tocar estos géneros

Pop

Genero musical favorito, explique porque

50 respuestas

No tengo, todos tienen algo bueno y propio

Afro, porque me gusta la fusión entre el funk, ritmos autóctonos de África, jazz, soul, y la manera en que han desarrollado un sonido más fresco durante los últimos años

Funk, por el ritmo que posee

Baladas y boleros. Porque sus letras y melodías son agradable al oído en cualquier momento

Musica alternativa, se aleja un poco de lo genérico del pop

Rock

Son

Música latina porque escuché eso desde mi infancia

Banda sonora de series

Alternative, porque me transmite relajación y tranquilidad

Pop

indie en español, porque es muy lindo

Rock, porque es el que más me llega al cora💔

Latin Jazz, porque incluye muchas influencias rítmicas de la música salsa, merengue, bachata, chachacha, bolero, son y estilos caribeños, pero al mismo tiempo tiene melodías y armonías interesantes aportadas por el jazz.

Bachata. Por q es un genero nativo

Jazz fusion

Pop Latino, me gusta la instrumentación y las melodías

Pop Jazz, porque es con el que mejor me identifico

Indie, por las letras. Son muy puras

Rock, entiendo que conecto más con este tipo de música porque es un género que vengo escuchando

## Comentarios

9 respuestas

Cuando digo que no es importante es que considero que no debería de serlo. Pero la parte física siempre ha sido un factor en la industria

Creo que el físico es importante, pero no un impedimento, al final si realizas un buen trabajo y eres excelente en lo que haces, no va a importar cómo te veas, pero ayuda.

Hay artistas importantes que no han mostrado su rostro y han triunfado. La razón del porque no he ido a un concierto de rock de mi banda de preferencia es porque no se dan esos conciertos en este país. Éxitos con tu proyecto de grado🙏

Para un artista naciente es muy importante su imagen porque eso es lo que vendes

## Conclusión

Una vez realizado este proyecto hemos aprendido como podemos desarrollar la carrera completa paso a paso de un artista antes de que comience y así evitar cometer errores que pudieran afectar negativamente la carrera artística.

Con este proyecto podemos ver que si se hace exactamente atendiendo todas las fases ya explicadas, se estaría realizando un proyecto completamente seguro y sin riesgo ya que cuenta con unos pasos que evitaran perder inversiones realizadas en el proyecto.

El trabajo de grado fue hecho con la finalidad de que se pudiera demostrar que tratando un artista de una manera diferente y genuina, podremos lograr obtener resultados que pueden enriquecer positivamente la trayectoria artística.

-

## Referencias

Arroyo, J. (s.f.). *Cadenaser*. Obtenido de Cadenaser.com.

Bravo, J. (s.f.). *Universidad De Palermo*. Obtenido de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=590&id\\_articulo=12302](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=590&id_articulo=12302)

*Easy broker*. (s.f.). Obtenido de <https://www.easybroker.com/do/inmueble/arroyo-hondo-proyecto-de-locales-comerciales>.

<https://www.easybroker.com/do/inmueble/arroyo-hondo-proyecto-de-locales-comerciales>. (s.f.). Obtenido de <https://www.easybroker.com/do/inmueble/arroyo-hondo-proyecto-de-locales-comerciales>.

J, F. (02 de 2015). *Definicion de artista*. Obtenido de Definicion: <https://definicion.mx/artista/>

*Latingwmg*. (s.f.). Obtenido de LAS 10 PLATAFORMAS DE MÚSICA DIGITAL MÁS RENTABLES: <https://latinwmg.com/las-10-plataformas-de-musica-digital-mas-rentables/>

Maningo, E. (28 de Agosto de 2010). <https://www.audiorecording.me/how-music-industry-works-a-complete-beginner-guide.html>. Obtenido de How Music Industry Works: A Complete Beginner Guide: <https://www.audiorecording.me/how-music-industry-works-a-complete-beginner-guide.html>

musical, P. (s.f.). *Big Data E Industria Musical | Análisis De Las Preferencias Musicales Según La Edad*. Obtenido de Promocion Musical: <https://promocionmusical.es/big-data-industria-musical-preferencias-musicales-segun-la-edad/>

Peleg, N. (s.f.). *Calculadora de regalías de Spotify*. Obtenido de SOUNDCAMPAING: <https://soundcamps.com/es/spotify-royalties-calculator/>

*Promocion musical*. (s.f.). Obtenido de Big Data E Industria Musical | Análisis De Las Preferencias Musicales Según La Edad: <https://promocionmusical.es/big-data-industria-musical-preferencias-musicales-segun-la-edad/>

Promocion Musical. es. (s.f.). *Industria Musical: Todo Lo Que Necesitas Saber*. Obtenido de Promocion musical. es.

*Santander*. (12 de 11 de 2021). Obtenido de <https://www.santander.com/es/stories/guia-para-saber-que-son-las-criptomonedas>

*Statista*. (s.f.). Obtenido de Salario mínimo mensual en países seleccionados de América Latina en 2022: <https://es.statista.com/estadisticas/1077860/america-latina-salario-minimo-mensual-por-pais/>

*Xataka*. (s.f.). Obtenido de <https://www.xataka.com/streaming/de-2-000-euros-al-mes-a-50-euros-al-ano-preguntamos-a-9-artistas-lo-que-cobran-por-su-musica-en-spotify>